

TAMPEREEN YLIOPISTO

Sabrina Bqain

HYVÄ, PAHA MEDIAN MURROS

Kehysanalyysi murrospuheesta Journalisti-lehdessä
vuosina 2012-2014

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Helmikuu 2015

TAMPEREEN YLIOPISTO

Viestinnän, median ja teatterin yksikkö

BQAIN, SABRINA

Pro gradu -tutkielma, 70 s., 3 liites.

Tiedotusoppi

Helmikuu 2015

Pro gradu -tutkielmani käsittelee suomalaisen median murrosta. Tutkielman tavoitteena on kartoittaa, miten murroksesta kirjoitettiin alan ammattilehti Journalistissa kolmen vuoden aikajanaalla vuoden 2012 alusta vuoden 2014 loppusyksyyn.

Tutkielma on luonteeltaan laadullista tutkimusta ja sen metodologisena lähtökohtana on kehysanalyysi. Kehysanalyysissä teksti jaotellaan tiettyjen piirteiden perusteella erilaisiin kehyksiin, joissa tiivistyy jotakin oleellista tarkasteltavasta kokonaisuudesta.

Aineisto koostuu yhteensä 50 Journalisti-lehden murrosta käsittelevistä artikkeleista, joita kertyi kaiken kaikkiaan 62 kappaletta. Etsin Journalistissa julkaistujen juttujen joukosta tekstejä, joissa mainittiin murros tai jokin sen lähikäsitteistä. Jaoin murrosta käsittelevät artikkelit eri kehyksiin tekstin sävyn mukaan. Aineistosta nousi kolme kehystä: negatiivinen, neutraali ja positiivinen sävy. Jaoin jokaisen sävyn myös kehysten raamien sisällä yleisimmin esiintyneiden teemojen perusteella alakehyksiin.

Tutkielmasta käy ilmi, että negatiivisen sävyinen kirjoittelu oli vallitsevaa Journalisti-lehdessä. Seuraavaksi yleisin kehys oli positiivinen sävy ja viimeiseksi neutraali sävy. Negatiivisessa kehyksessä suurimmiksi teemoiksi nousivat säästöt, markkinat ja julkaisukanavat, sisältö, työehtoasiat ja huoli tulevaisuudesta. Positiivisessa kehyksessä teemoja olivat yrittäjäyys, innovaatiot ja markkinat sekä asenteen muutos. Neutraalin kehyksen teemoja olivat puolestaan tekemisen tavat sekä markkinat ja julkaisukanavat.

Murros on tunteita herättävä aihe media-alan ammattilaisille. Tutkielman tulokset viittavat siihen, että alan ammattilaiset kokevat murroksen pääasiassa negatiivisena asiana. Epävarma taloustilanne ja jatkuvasti muuttuva teknologia ohjaavat ajatuksia murroksen vaikutuksista journalismiin. Uskon, että tutkielmani aihepiiri kiinnostaa media-alan ammattilaisia. Toivon onnistuvani herättelemään uusia ajatuksia aiheeseen liittyen.

Asiasanat: murros, median murros, journalismin murros, kuvajournalismin murros, kehysanalyysi, kehys, teema, Journalisti, Suomi

Sisällysluettelo

1 Johdanto	1
2 Teoreettinen viitekehys	3
2.1 Tutkimuskysymykset	4
3 Tutkimusaineisto ja -menetelmät	6
3.1 Tutkimusaineisto	6
3.2 Tutkimusmenetelmät	7
3.2.1 Kehysanalyysi	7
4 Murroksen hahmottaminen	11
4.1 Murroksen syyt	12
4.1.1 Median murros	12
4.1.2 Journalismin murros	17
4.1.3 Kuvajournalismin murros	22
4.2 Murroksen lähikäsitteet	25
5 Kehysanalyysiä Journalisti-lehtien murrospuheesta	27
5.1 Negatiivinen kehys	29
5.1.1 Säästöt, markkinat ja julkaisukanavat	30
5.1.2 Mitä käy sisällöille?	36
5.1.3 Freelancereiden työehtoasiat	39
5.1.4 Yleinen huoli tulevaisuudesta	41
5.2 Neutraali kehys	43
5.2.1 Tekemisen tavat	43
5.2.2 Markkinat ja julkaisukanavat	47
5.3 Positiivinen kehys	49
5.3.1 Yrittäjyys, innovaatiot ja markkinat	49
5.3.2 Asennemuutos	53
6 Päätelmät	55
6.1 Vuoropuhelua aineiston ja teorian välillä	56
6.2 Murrospuhe heijastaa ja luo todellisuutta	62
6.3 Itsekritiikki ja uusia avauksia	65
Lähteet	68
Liite 1	71

1 Johdanto

Media on murroksessa – jälleen kerran. Alan historia on tulvillaan esimerkkejä (yleensä teknologisen kehityksen aiheuttamista) murrostiloista, jolloin mediataloissa on jouduttu pohtimaan alan tulevaisuutta. Radion uskottiin tappavan printtilehden. Television piti puolestaan koitua radion ja painetun sanan kohtaloksi. Edellisistä murroksista ala selvisi ilman suurempia kolhuja, mutta viimeisin muun muassa verkkoon, digitaalisuuteen ja markkinoihin liittyvä murros lienee median ja journalismin historian kovin testi. Tällä hetkellä mobiililaitteet valtaavat hiljalleen alaa julkaisualustoina, sisältöjen tuottaminen on helpompaa ja demokraattisempaa kuin koskaan ja mediataloissa mietitään kuumeisesti kannattavia liikemalleja.

Mutta mitä kaikkea murroksen käsite pitää sisällään? Media-alan ammattilaisille on tärkeää hahmottaa, mitä murros alalla merkitsee ja kuinka aiemmista myllerryksistä on selvitty. Se, miten murrokseen suhtaudutaan, voi vaikuttaa muun muassa tulevaisuudenuskoon ja sitä kautta työmotivaatioon.

Kuten sanottu, murroksesta on puhuttu jo aikoja. Voi jopa sanoa, että murroksia on käynnissä koko ajan. On luontevaa, että alalla tapahtuu kehitystä suuntaan ja toiseen, mutta murroksen voimakkuus ja siihen vaikuttavat tekijät vaihtelevat. 1990-luvun puolivälin jälkeinen verkkomedian nousu on kiihdyttänyt puhetta murroksesta (Hurmeranta 2012, 19).

Silti murros on edelleen melko abstrakti käsite, eikä sille löydy yhtä selkeää määritelmää alalla. Monesti murros nähdään negatiivisena asiana, mutta täytyykö sen olla niin? Moni maalaa piruja seinille ja pelkää esimerkiksi kuvajournalismin kuolevan murroksen vuoksi. Jatkuva teknologinen kehitys pakottaa toimittajia ja kuvaajia sopeutumaan uuteen aikaan. Eikö journalismin murrosta voisi nähdä kehityksenä? Eikö muutoksen voisi kokea myös positiivisena haasteena kehittyä ammatillisesti ja löytää uusia keinoja esittää tarinoita yleisölle?

Puhe murroksesta ei ole yksioikoista. Sävyt vaihtelevat puhujan ja ajan mukaan. Minua kiinnostaa, kuinka Journalistiliiton Journalisti-lehdessä ammattilaiset puhuvat alan murroksesta. Lehteä lukee luultavasti jokainen journalistisen alan tekijä ainakin silloin tällöin. Lehdellä on myös mahdollisuus

vaikuttaa lukijoihinsa ja heidän käsityksiin media-alan tilanteesta, tulevaisuudesta ja muutosten vaikutuksista. On siis mielenkiintoista kartoittaa, miten murroksesta kirjoitetaan lehdessä.

Pyrin pro gradu -tutkielmassani hahmottamaan, mitä journalismin murroksella tarkoitetaan ja kuinka liiton lehdessä puhutaan asiasta. Aluksi selvitän, miten murros on ymmärretty aiemmassa tutkimuksessa ja kirjallisuudessa. Tässä osiossa käyn läpi murroksen historiaa ja kaikkea mitä median murros pitää sisällään. Tämän jälkeen siirryn analyysiosioon, eli tarkastelen ja jäsentelen kehysanalyysin avulla Journalisti-lehden artikkeleita. Pyrin hahmottamaan Journalistista, minkälaisia ajatuksia alan ammattilaisilla, eli ammattilehteen kirjoittavilla toimittajilla, on murroksesta. Sovellan aineistoon kehysanalyysia, jonka jälkeen teemoittelen löytämiäni kehyksiä vielä alakehyksiin tarkempaa tarkastelua varten. Minkälaisia sävyjä murrosta käsittelevistä teksteistä nousee esiin? Entä mitä murroksen aihealueita nuo eri sävyiset puheet koskevat? Lopuksi käyn keskustelua teoria- ja analyysiosioden välillä.

2 Teoreettinen viitekehys

Murroksen käsitteen perusteellinen avaaminen on välttämätöntä, jotta voin tarkastella, kuinka Journalistissa kirjoitetaan aiheesta. Haluan tarkastella aiemman tutkimuksen ja muun kirjallisuuden avulla murroksen käsitettä, sillä termi on kovassa käytössä media-alalla. Kuvaajana minua kiinnostaisi tutkia erityisesti, kuinka kuvajournalismin murroksesta puhutaan. Kuitenkin kandidaatin työtä tehdessäni huomasin, ettei pelkästä kuvajournalismin murroksesta puhuta ja kirjoiteta laajasti. Niinpä tarkastelen aihetta laajemmassa median ja journalismin murroksen kehyksessä. Henkilökohtaisen kiinnostuksen vuoksi kiinnitän kuitenkin erityistä huomiota kuvajournalismin murrosta koskeviin artikkeleihin.

Murroksen käsitettä käytetään yleensä muutoksien vallitessa alalla ja tulevaisuuden pohtimisen yhteydessä. Murroksella on myös lähikäsitteitä, joita käytetään murros-termin sijaan, mutta ne tarkoittavat käytännössä samaa asiaa. Esimerkiksi yleinen murrosta kuvastava sana on muutos. Käsittelen lähikäsitteitä hieman tarkemmin neljännessä luvussa. Erot syntyvät puheen sävystä. Murroksen käsitteeseen liittyy sekä negatiivisia että positiivisia miellejohdotuksia. Alan ammattilaisten keskuudessa asenteet murrosta kohtaan voivat vaihdella negatiivisen ja positiivisen suhtautumisen välillä kulloisestakin murroksesta riippumatta. Useimmiten pelko uudesta tuntemattomasta ja sen seurauksista liittyy käsitteeseen kielteisiä mielikuvia. Voidaan kuitenkin väittää, että kyse voi olla monesti myös kehityksestä, joka voi johtaa hienoihin muutoksiin alalla. Välillä tämä voi olla jopa välttämätöntä, jotta journalismi löytää paikkansa koko ajan muuttuvassa yhteiskunnassa.

Aluksi tarkastelen aiemman tutkimuksen, kirjallisuuden ja artikkelien avulla, mitä kaikkea murrokseen liittyy ja liitetään. Haluan myös tarkentaa, missä yhteyksissä sanaa käytetään. Samalla selvitän murroksen historiaa ja nykyistä tilannetta. Tutkielmani tarkoitus on siis täsmentää journalismin murroksen käsitettä, mutta ennen kaikkea tarkastella, kuinka alan tärkeässä ammattilehdessä Journalistissa puhutaan murroksesta. Mielestäni alan ammattilaisen, kuten toimittajan tai kuvaajan, on tärkeä tiedostaa, mitä murros itse asiassa tarkoittaa. Murroksesta puhutaan paljon, ja ilman omaa käsitystä murroksen taustoista ja vaikutuksista media-ammattilaiset lienevät helpommin alisteisia muiden mielipiteille. Murroksen käsitettä ymmärtävän ei tarvitse alistua yleisen mielipiteen tyrannialle. Näin murrosta voidaan tarkastella myös vähemmän vallitsevista kehyksistä. On myös kiinnostavaa hahmottaa, minkälaisia kehyksiä julkisessa puheessa

esiintyy. Parhaimmassa tapauksessa tutkimukseni voi purkaa tekijöiden pelkoa siitä, että murros on automaattisesti siirtymistä kohti jotain huonompaa.

Tutkimukseni metodologinen lähtökohta on konstruktivistinen. Puhe murroksesta Journalisti-lehdessä saattaa myös luoda todellisuutta: kirjoitukset voivat määritellä suhtaututaanko murrokseen pahana vai hyvänä asiana. Väliwerrosen (1996, 40) mukaan konstruktivismin ideana on todellisuuden sosiaalinen rakentuminen, jolloin yhteiskunnalliset ongelmat rakentuvat ihmisten sosiaalisen toiminnan ja kollektiivisten määrittelyprosessien kautta. Määrittelyillä siis kuvataan, mutta samalla myös luodaan todellisuutta. Tutkimus, jolla on konstruktivistinen lähestymisote, tutkii erilaisia todellisuutta koskevia määritelmiä. On mielenkiintoista tarkastella, minkälaisia todellisuuksia Journalistissa luodaan ja välitetään lukijoille, alan ammattilaisille.

2.1 Tutkimuskysymykset

Ennen kuin lähdän etsimään vastausta tutkimuskysymyksiini haluan selvittää täsmällisesti, mitä murroksen käsite pitää sisällään. Mihin murros liittyy? Mitä eri näkemyksiä murroksesta on artikuloitu tutkimuksessa ja kirjallisuudessa? Mitä konkreettisia esimerkkejä murroksesta voidaan aiemman kirjallisuuden perusteella antaa?

Tärkein tutkimuskysymykseni on, millaista murrospuhetta Journalisti-lehdessä esiintyy. Millaisia vivahteita tai sävyjä puheesta on erotettavissa? Onko puhe murroksesta ensinnäkään näkyvää lehden sivuilla, ja jos on, niin millaista kuvaa murroksesta maalataan? Mihin teemoihin murrospuheen voi jakaa?

1. Millaisena murrospuhe esiintyy Journalisti-lehdessä?

1.1. Missä kehyksissä murroksesta puhutaan?

1.2. Minkälaisia teemoja puheesta välittyy?

Käytän tutkielmassani käsitettä kehys, kun puhun suurista ja karkeista analysoitavan aineiston jakamisen tavoista. Kehykset ovat pääkategorioita, jotka sisältävät erilaisia alakategorioita. Näitä alakategorioita kutsun teemoiksi. Tärkeimmät käsitteet ovat siis murros ja tarkemmin median, journalismin ja kuvajournalismin murros. Avaan murroksen käsitettä tuonnempana perusteellisesti.

Tutkimuskysymysten lisäksi pohdin lopuksi, kuinka aineisto ja teoriakirjallisuus keskustelevat keskenään.

3 Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Aluksi käsittelen tutkimukseni kannalta tärkeintä käsitettä eli murrosta. On tärkeää ymmärtää, mitä kaikkea sana pitää sisällään ja mihin kaikkeen se liittyy, jotta voin tarkastella sen esiintymistä ja luonnetta Journalisti-lehdessä. Sen jälkeen tarkastelen kolmen viime vuoden aikana julkaistuja Journalisti-lehtiä ja jaottelen, millaista puhetta murroksesta ne itse asiassa pitävät sisällään.

3.1 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineistoni, jonka avulla vastaan tutkimuskysymyksiini, koostuu Journalisti-lehdistä hieman vajaan kolmen vuoden ajanjaksolta. Journalisti on journalistisen alan ammattilehti, jonka lukijat koostuvat lehden mediakortin (2014) mukaan Journalistiliiton jäsenistä sekä muista toimitusalan ammattilaisista. Lehteä painetaan noin 14 000 kappaletta, mutta lukijoita löytyy arviolta 20 000. Journalisti-lehden julkaisutiheys on vaihdellut tarkasteluun ottamani ajanjakson sisällä. Vielä vuonna 2012 lehteä julkaistiin joka toinen viikko, jolloin vuodessa lehtiä ehti kertyä 22 kappaletta. Vuoden 2013 alusta Journalistia on julkaistu vain joka kolmas viikko, eli 15 lehteä vuodessa. Tämän vuoksi lehtiä per vuosi on kertynyt aineistooni eri määriä.

Aluksi olin suunnitellut aineistoni kooksi viiden vuoden lehdet. Huomasin kuitenkin pian aineiston muodostuvan ”kylläiseksi” pienemmälläkin aineistolla – murrospuhetta esiintyi riittävästi, joten päätin aineistoni laajuudeksi 50 Journalisti-lehteä. Ensimmäinen tarkasteltava lehti on julkaistu vuoden 2012 alussa ja viimeinen vuoden 2014 marraskuussa. Viidestäkymmenestä lehdestä suurimmasta osasta löytyi vähintään yksi juttu, jossa jollain tavalla puhuttiin journalismin murroksesta. Ainoastaan kuudessa numerossa ei puhuttu murroksesta. Yhteensä artikkeleita kertyi 62 kappaletta.

Minua kiinnostaa tutkimukseni kannalta kaikenlainen murrospuhe riippumatta artikkelin laajuudesta tai jutun muusta sisällöstä. Niinpä luin lehden aina perinpohjin alusta loppuun. Tutkimusaineistoksi olen rajannut kaikki tekstinpätkät, joissa esiintyy sana murros tai jokin sen lähikäsitteistä, vaikka maininta olisi pieni. Valitsin siis sellaiset jutut lehdistä, joissa nimenomaan mainitaan murros, kriisi tai jonkinlainen muutos alalla. Tärkeää mielestäni on, että journalismin murroksesta puhutaan, oli käytetty sana mikä tahansa. Tutkimuksen tekeminen on aina valintojen

tekemistä. Niinpä jätin tarkastelun ulkopuolelle jutut, joissa ei millään tavalla mainittu alan murrosta jollakin termillä, vaikka tekstit (kuten ilmoitukset yt-neuvotteluista) olisivatkin liittyneet tutkielmani aiheeseen.

3.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni ehdottomasti tärkein käsite on murros. Aluksi tarkastelen aiempaan tutkimukseen, kirjallisuuteen ja artikkeleihin paneutumalla, mitä murros tarkoittaa ja mitä se pitää sisällään. Mitä ovat murroksen ominaispiirteet ja lähikäsitteet?

Itse aineistoa eli Journalisti-lehdissä esiintyvää murrospuhetta tutkin kehysanalyysin avulla. Millaisissa kehyksissä murroksesta puhutaan? Millaisia sävyjä puheesta voidaan tulkita ja mihin asiaan murroksessa ne liittyvät? Kehysanalyysin avulla erittelen lehdessä julkaistua murrospuhetta eri kehyksiin, joiden avulla pystyn hahmottamaan puheen sävyt ja vivahteet.

3.2.1 Kehysanalyysi

Kehysanalyysin pohjalla on aineiston ryhmittely eri teemoihin tai tyyppeihin. Tärkeää on siis jaotella tekstejä tiettyihin kategorioihin, joiden avulla on helpompi hahmottaa, mitä erilaisia puheen sävyjä Journalisti-lehden sivuilta löytyy murrokseen liittyen. Tematisoinnin, tyypittelyn ja kehystämisen välillä on paljon yhtäläisyyksiä. Oleellista on osata eritellä aineistoa omiin ryhmiinsä. Seuraavaksi tarkastelen tärkeitä termejä kehysanalyysin kannalta.

Teemoittelu (Eskola & Suoranta 1998, 175–176) ideana on nostaa aineistosta esiin tutkimusongelman ratkaisemisen kannalta tärkeitä teemoja. Aineistosta voidaan erotella keskeisiä aiheita tai tutkimusongelmaa avaavia teemoja. Näin tekemällä on mahdollista vertailla tietynlaisten teemojen esiintymistä. Jotta teemoittelu toimisi, on teorian ja empirian toimittava tutkimuksessa vuorovaikutuksessa keskenään.

Tyypittely (Eskola & Suoranta 1998, 182) on toinen perinteinen tapa ryhmitellä aineistoa tyypeiksi samankaltaisuuksien avulla. Aineisto esitetään tällöin yhdistettyjen tyyppien avulla, joissa on tyypillistetty ja tiivistetty aineisto selviksi ryhmiksi tai malleiksi samanlaisia kertomuksia.

Kehys (frame) tarkoittaa Karvosen (2000, 1) mukaan verbimuodossa kehystämistä, mikä voidaan ymmärtää ympäröimisenä tai ”kehyksillä varustamisena”. Kehystäminen voidaan ymmärtää myös abstraktimmalla tavalla, jolloin se merkitsee muodostamista tai laatimista (eli luomista, laatimista tai suunnittelemista), tai muotoilemista (eli sanoihin pukemista) ja lisäksi myös lavastamista (kuten syylliseksi lavastamista).

Käytän tutkielmassani kahta termiä – kehystämistä ja teemoittelua. Kehysanalyysissä hahmotan aineistosta kehykset tyypittelemällä tekstejä tiettyjen samankaltaisuuksien avulla. Sen jälkeen teemoittelen kunkin kehyksen sisällä aineistoa jakamalla tekstejä keskenään samankaltaisiin kategorioihin. Alun perin kiinnostuin tutkielmani aiheesta yleisen alalla vallinneen keskustelun vuoksi. Päälimmäinen tunteeni oli, että murroskeskustelua määrittivät negatiivissävyiset puheet. Tämä on saattanut ohjata minua kehysteni valinnassa. Uskon, että eri kiinnostuksen kohteet aineistossa voivat ohjata tekijää tiettyyn suuntaan tekstien jaottelussa. Ehkä sen vuoksi päädyin jakamaan kehykset negatiiviseen, neutraaliin ja positiiviseen sävyyn. Kehystämisen jälkeen teemoittelin kunkin kehyksen aineiston yleisten puheenaiheiden mukaan. Tarkastelen eri kehyksiä ja niiden alateemoja tarkemmin analyysiosiossa.

Karvosen (2000, 1) mukaan kehys (frame) on oiva työkalu median analysoimiseen, esimerkiksi journalistisen maailman hahmottamiseen sekä tekstin tuottamisen ja vastaanoton tutkimiseen. Kehyksen käsite voi liittyä ainakin pariin asiaan mediateksteissä: Informaation runsauden vuoksi toimittajat saattavat järjestää tietoa nopeasti ja tottumuksesta eri kehyksiin. Toisaalta yksittäisen asian ympärille voi rakentua eri kehyksiä, jolloin koko asian luonne muuttuu. Tietynlainen viitekehys asialle saatetaan muodostaa tiedostaen tai tiedostamatta. Ideana on, että tietyssä kehyksessä tietyn kokonaisuuden osana jokin asia saa merkityksensä. Karvosen mielestä suomenkielessä frame-käsitteelle osuvampi käänös olisi vaikka runko, sillä runko toimii esimerkiksi talon rakentamisen kantavana rakenteena vaikka säilyykin näkymättömänä. Itse pitäydyn kehys-käsitteen käyttämisessä, sillä koen sen olevan vakiintuneempi.

Karvonen (2000, 1–2) kertoo, että kehys-käsitteen luoja pidetään Erving Goffmania. Goffmanin (1974) kehysanalyysin taustalla on symbolisesta interaktionismista juontuva käsite ”tilannemääritelmä” (definition on the situation). Käsite viittaa sosiaalisiin tilanteisiin, joissa joudumme hahmottamaan itsellemme, mitä tässä on oikein meneillään (What is it that is going on here?, Goffman 1974, 8). Joudumme siis määrittelemään tilanteen ja sen luonteen. Karvonen (2000,

2) kertoo, että yhteiskunnassa tilanteen tai asian määrittämisestä kilpailevat eri tahot, sillä se joka saa äänensä ja määrittelynsä parhaiten kuuluviin sanoo viimeisen sanan siitä, kuinka asiat ovat ja mikä on ”oikea” ajatus. Esimerkiksi toimittajat joutuvat jatkuvassa informaatiotulvassa nopeasti päättämään, mitä jossakin tilanteessa on itse asiassa meneillään, ja kuinka asian kiteyttää ja jakaa yleisölle.

Robert Entman (1993, 52) määrittelee kehystämisen sellaiseksi toiminnaksi, jossa jostakin havaitusta asiasta valitaan tietyt puolet jotka tehdään muita näkyvämmäksi esimerkiksi tekstissä suosimalla ja korostamalla vain tiettyä ”ongelmanmäärittelyä, kausaalista tulkintaa, moraalista arviota ja/tai toimintasuositusta”. Karvosen (2000, 5) mukaan kehyksessä on tietynlainen ennakkokäsitys siitä, miten todellisuus on rakentunut ja mikä siinä on tärkeää ja huomionarvoista. Tiedot puolet asioista tai totuudesta saattavat siis jäädä varjoon toisten korostuessa.

Entmanin (1993, 56–58) mukaan kehysanalyysistä voi olla hyötyä viestintää analysoidessa.

- a) *Yleisön autonomia*. Entmanin mielestä tekstiin tuotettu määräävä tulkinta jostakin asiasta ohjaa yleisön tulkintaa aiheesta.
- b) *Journalistinen objektiivisuus*. Vaikka toimittajat pyrkisivätkin objektiiviseen tekstin tuotantoon uutisoinnissa, niin usein heihin silti vaikuttaa Entmanin mielestä vallitseva tulkintakehys, jota he jakavat tiedostamattaan eteenpäin. Tällöin yleisö ei saa tarpeeksi vaihtoehtoisia tai tasapuolisia käsityksiä asiasta. Vallitsevan kehyksen voimistaminen teksteissä johtuu siitä, etteivät toimittajien tiedosta kehyksen olemassaoloa.
- c) *Sisällönerittely*. Entmanin mielestä tekstejä analysoivassa tutkimuksessa painopisteen tulisi siirtyä sisällönerittelystä kehysten tunnistamiseen ja kuvailuun.
- d) *Yleinen mielipide ja normatiivinen demokraattinen teoria*. Termeillä Entman viittaa Zallerin (1992) tutkimuksiin, joissa kehystämisen liitetään demokraattiseen toimintaan. Poliittinen eliitti vaikuttaa yhteiskunnallisten asioiden kehystämiseen, jonka toimittajat usein ottavat sellaisenaan.

Entmanin huomiot kehysanalyysistä ovat hyödyllisiä tutkielmani konstruktivistisen näkökulman kannalta. Kehystämisen ja teemoittelun voi mielestäni heijastaa representaatioon. Kaikissa on kyse ilmaisusta tietynlaisten raamien sisällä ja mahdollisesta yleisön tulkinnan ohjaamisesta. Konstruktivistinen näkökulma tulee hyvin esiin myös representaatioissa.

Representaation (Seppänen 2005, 77–78; 83) avulla voi pohtia esimerkiksi sitä, kuinka jokin media esittää ja tuottaa todellisuutta, ja millä välineillä sekä kenen näkökulmasta tämä toteutetaan. Seppänen (emt.) kertoo, että esimerkiksi kuvallisuus näyttäytyy katsojalle eri tavoin, riippuen siitä, kokeeko hän että representaatio heijastaa todellisuutta vai rakentaa sitä. Ensimmäinen ajatusmalli saa pohtimaan, vastaako kuva todellisuutta vai ei, ja toinen sen sijaan sitä, millaista todellisuutta sillä rakennetaan ja miten. Kiinnostavaa on myös, kenen näkökulmasta representaatiota esitetään, kenellä on esittämisen välineet ja mikä määrittää sen, mitä lopulta esitetään? Representaatio on merkitysten luomista oman päämme sisällä (Seppänen 2005, 82).

Mediaesitysten syntyyn vaikuttavat Seppäsen ja Väliwerrosen (2013, 90; 97) mukaan enemmän tai vähemmän tietoiset valinnat. Mediaesityksiä voi kutsua representaatioiksi, jotka esittävät tai rakentavat todellisuutta tietystä näkökulmasta. Jättämällä pois joitakin asioita ja toisaalta nostamalla esiin toisia toimittajat kehystävät aihettaan. Kehystämällä aihe liitetään samalla laajempiin yhteiskunnallisiin puhetapoihin eli diskursseihin. Tämä kaikki vaikuttaa siihen, millaisena esimerkiksi lukija näkee maailman. Havainnoimme, tunnistamme ja annamme nimen asioille kehysten kautta. Toisin sanoen kehykset antavat merkityksen asioille.

Representaatio on kiinnostava käsite pohdittaessa Journalisti-lehdessä esiintyvää murrospuhetta ja sen todellisuuden heijastamista tai rakentamista. Vaikuttavatko toimittajat tietoisesti tai tiedostamatta siihen, miten murroksesta ajatellaan, kun he kirjoittavat aiheesta johonkin tiettyyn sävyyn? Vahvistavatko he mahdollisesti samalla joitain merkityksiä toistamalla tietyn sävyistä puhetta uudelleen ja uudelleen? Minkälaisia merkityksiä tekstit synnyttävät lukijoissa ja kenellä on valta puheisiin? Toimittajat ovat mahdollisesti kehystäneet murrospuhetta sisältäviä juttujaan tietoisesti tai tiedostamattaan. Tutkielmassani osallistun tuohon prosessiin etsimällä ja niin sanotusti levittämällä kehyksiä eteenpäin. Vahvimmat kehykset nousevat esiin, mutta myös heikommat on löydettävä. Pohdin aineistoni konstruktivistista merkitystä enemmän päätelmissä.

4 Murroksen hahmottaminen

Tässä kappaleessa tarkastelen murrosta, tarkemmin median, journalismin ja kuvajournalismin murrosta, käsittelevää aiempaa tutkimusta ja muuta kirjallisuutta. Myös artikkelit ovat tärkeä osa aineistoani niiden ajankohtaisuuden vuoksi. Tärkeitä lähteitä murroksen käsitettä kartoittaessa ovat esimerkiksi Janne Seppäsen ja Esa Väliiverrosen (2013) *Mediayhteiskunta*, Esa Väliiverrosen (2009) toimittama *Journalismi murroksessa* ja Tomi Lindblomin väitöskirja (2009) *Uuden median murros Alma Mediassa, Sanoma Osakeyhtiössä ja Yleisradiossa*. Myös muun muassa Merja Salon (2000) *Imageware – Kuvajournalismi mediafuusiossa* ja eräät verkkoartikkelit käsittelevät murroksen käsitettä. Käytän myös jonkin verran Journalisti-lehteä murroksen käsitettä avatessani, eli analysoitavan aineiston lisäksi Journalistista on apua ilmiön yleisessä hahmottamisessa.

Tarkastelen murroksen käsitettä median, journalismin ja kuvajournalismin kontekstissa. Käsite on itselleni kuvajournalistisen alan opiskelijana ja työntekijänä merkityksellinen. Murros vaikuttaa alaani nyt ja varmasti tulevaisuudessa. Murroksen käsitteen hahmottaminen ja analysoiminen on oleellista mielestäni itselleni ja muillekin alan toimijoille, sillä se vaikuttaa työskentelyyn. Esimerkiksi jos ymmärtää murroksen jatkuvuuden media-alalla, luultavasti suhtautuu itsensä ja työnsä kehittämiseen ja jatkuvaan opiskeluun myönteisesti ja irrottamattomana osana työskentelyä. Kuvajournalismin murroksesta löytyy vähemmän tietoa kuin laajemmin median murroksesta, mutta eri murrosten erottaminen toisistaan teknologisen konvergenssin ja muuttuvien osaamisvaatimusten aikana onkin hankalaa.

On mielestäni tärkeää, että murroksen eri aspektit ymmärretään. Monesti tuntuu siltä, että murroksesta puhutaan siellä täällä ripotellen, eikä aina hahmoteta kokonaiskuvaa. Vajavaiset kuvat murroksesta voivat mahdollisesti vaikuttaa käsityksiin siitä, mitä ilmiöön liittyy ja kuinka se koetaan. Nämä mielipiteet voivat tarttua muihin, jolloin mahdollisesti yksioikoiset näkemykset murroksesta saattavat levitä. Murrokseen muun muassa liitetään usein negatiivisia piirteitä, mutta historiaa tarkastelemalla on havaittavissa, että murroksista on selvitty usein muuttamalla omaa toimintaa, hyväksymällä muutokset ja keksimällä uusia ratkaisuja. Murros on oman käsitykseni mukaan välttämätön osa kehitystä. Käsitteen hahmottaminen on oleellista tutkimuksen taustoittamisen ja Journalisti-lehden murrospuheen hahmottamisen vuoksi.

Murros tarkoittaa muutosta tai käännettä (Suomisanakirja.fi, 11.2.2014). Kielitoimiston sanakirja (Kielitoimistonsanakirja.fi, 8.12.2014) kuvailee murrosta syvällisen, jyrkän muutoksen kauden ja käännekohdan lisäksi taite- tai käännekohdaksi. Lindblom (2009, 55) määrittelee murroksen olevan ”jonkin uuden asian murtautumista uudeksi ja voimakkaaksi tekijäksi vanhojen käytäntöjen rinnalle”. Murroksen seurauksena syntyy hänen mukaansa tapahtumaketju, joka johtaa johonkin pysyvään muutokseen.

Murros on koko yhteiskuntaamme ravisuttava ilmiö – se ei liity pelkästään mediaan tai journalismiin. Helsingin Sanomien pääkirjoitustoimituksen esimies Matti Kalliokoski kirjoitti Helsingin Sanomiin (26.9.2014) tekniikan muutoksista alalla kuin alalla. Tekniikan hävittämiä työpaikkoja on kauhisteltu aina kun esimerkiksi laitteet eri aloilla korvataan uusilla, mutta samalla uudet laitteet nostavat elintasoja.

”Ala toisensa jälkeen digitalisoituu ja joutuu myllerrykseen: ensin pankit, sitten media ja nyt kauppa... Muutoksen kuvaaminen on melko helppoa, johtopäätösten teko jo paljon vaikeampaa. Pitäisikö nykyisiä työpaikkoja suojella pykälillä tai tuilla? Pitäisikö rahat panna uusien töiden luomiseen? Vai olisiko viisainta höylätä verotuksesta kynnykset pois yritysten tieltä?”

4.1 Murroksen syyt

Median murrosta on tarkasteltava useasta eri suunnasta, sillä se ei ole yksiselitteinen. Murrosta on tapahtunut kautta aikojen. Kun maailma muuttuu ympärillä, niin muuttuu mediakin. Media on murroksessa, mikä toisaalta vaikuttaa journalismiin, joten samalla journalismi ja kuvajournalismi ovat myös murroksessa. Verkko ja digitalisoituminen ovat viime aikoina muuttaneet mediaa, mikä on puolestaan pakottanut journalismin reagoimaan muutokseen ja kehittämään toimintatapojaan.

4.1.1 Median murros

Aloitetaan median hahmottamisesta. Median käsite on muuttunut viimeisen kymmenen vuoden aikana. Media tarkoittaa Seppäsen ja Väliwerrosen (2013, 10–11; 125–126) mukaan perinteisten joukkoviestimien eli television, radion ja paperisen sekä nykyään myös sähköisen lehdistön lisäksi sosiaalista mediaa, esimerkiksi erilaisia blogeja, Facebookia ja Youtubea, jotka luetaan myös

mediayritysten piiriin. Mediayritysten ja informaatioyritysten välinen raja on siis hälventynyt. Myös esimerkiksi pelit kuuluvat median aloihin. Noin 1990-luvun puolivälistä saakka eri mediat ovat yhdistyneet, esimerkiksi liikkuvaa kuvaa on television lisäksi näytillä muun muassa sanomalehtien verkkosivuilla. Media on viestintäteknologiaa, eri sisältöjä ja niiden tuottamista, käyttöä ja vuorovaikutteisuutta muiden kanssa – kaikkea samaan aikaan. Samalla ihmisten arki on medioitunut, eli median sisältöjä kulutetaan ja median kautta kommunikoidaan yhä enemmän. Myös yhteiskunnan instituutiot ovat yhä riippuvaisempia mediasta ja viestinnästä.

Lindblomin (2009) mukaan on perusteltua puhua jälleen murroksesta, sillä ihmisten ja yhteiskunnan ajankäytössä tapahtuneet muutokset ovat osaltaan muokanneet mediaa ja sen käyttöä hyvin voimakkaasti, ja samalla aiemmat kulutustottumukset ja mediaan suhtautuminen ovat muuttuneet.

”Internetin jo tapahtunut läpilyönti osoittaa sellaisenaan, että tiedonvälityksen vallankumous on meneillään. Kun tämä yhdistetään niihin muihin yhteiskunnallisiin muutoksiin, jotka aiheuttavat uudistumispaineita perinteiselle medialle, on selvää, että käsillä on suuri murros.” (Lindblom 2009, 55–56, Olkinuoran 2006, 9 mukaan.)

Nykyinen median murros ei ole suinkaan ensimmäinen. Mediamaisema on muuttunut hurjasti sadassa vuodessa. 1900-luvun alussa eläneillä ei ollut tietoa televisiosta puhumattakaan internetistä, kun taas 1990-luvulla syntyneet tuskin voivat kuvitella analogista maailmaa. Myös esimerkiksi 1960-luvulla television tulo aiheutti myllerrystä ja muutti mediakokemusta. Olohuoneissa katsottiin kuvia Vietnamin sodasta ja Afrikan nälänhädästä ja 1970-luvulla ympäristötuhoista. Radio ja lehdistö eivät olleet enää ainoita tunteita herättäviä kanavia, ja tv:n tulon myötä ehkä jopa vähemmän. (Seppänen ja Väliverronen 2013, 28; 50.)

Nykyiseen murrokseen ovat vaikuttaneet pitkälti teknologiseen kehitykseen ja talouteen liittyvät muutokset yhteiskunnassa ja media-alalla. Tarkastelen ensin muutosta tekniikan kannalta. Mäenpää ja Seppänen (2009, 51) tiivistävät, että murrokseen liittyvät teknologiset muutokset alalla. Viimeisen parinkymmenen vuoden aikana viestintä on kokenut mullistuksen internetin, mediasisältöjen digitalisoitumisen, langattomien verkkojen ja matkapuhelimien vuoksi. Eri medioita käytetään useita tunteja päivässä ja usein päällekkäin. (Seppänen ja Väliverronen 2013, 50.) Esimerkiksi televisio ja kannettava saattavat olla päällä samaan aikaan kun puhelimesta selataan sosiaalisen median palveluita. Tämä on mahdollistanut median konvergoitumisen, eli eri mediasisältöjen pakkaamisen samalle alustalle. Sanomalehden verkkosivut saattavat siis sisältää

tekstin ja still-kuvan lisäksi esimerkiksi ääntä, animaatiota, blogeja ja keskustelufoorumeita (emt., 15–16).

Myös Lindblomin (2009, 55–56) mukaan tämän hetkinen media-alan murros johtuu digitaalisuuden, interaktiivisuuden ja muun uuden median aiheuttamasta muutoksesta. Uudet mediat ja niiden synnyttämät mahdollisuudet ovat muuttaneet median toimintatapoja muun muassa tuottamisen, median kulutuksen ja jakelun suhteen. Lindblom mainitsee myös, että murrokseen liittyy usein vallankumouksellinen tekniikan käyttö. Hänen (2009, 55–56, Olkinuoran 2006 mukaan) mukaansa juuri tietotekniikan mullistus on osa tämän hetken tiedonvälityksen ”vallankumousta”.

Lindblom (2009) sanoo, että internetistä on tullut päämedia teollistuneessa yhteiskunnassa. Hän kuvailee tilannetta mediavallankumoukseksi, jossa kehitys on ollut koko ajan yhä nopeampaa. Tietokoneet ja verkko tarjoavat jatkuvasti uusia mahdollisuuksia. (Lindblom 2009, 15, Dahlgrenin 2002, 13; 74 mukaan.) Tämä koskee niin sisällön tuottajia kuin kuluttajia.

Vuoden 2008 tienoilla suurissa mediataloissa oli Mäenpään ja Männistön mukaan (2009) meneillään hankkeita, jossa verkkojulkaisuja otettiin yhä enemmän mukaan muuhun julkaisuun, tai koko liiketoimintaa muutettiin enemmän verkon ympärille. Maaseudun Tulevaisuuden päätoimittajan Mikael Pentikäisen mukaan vuonna 2008 investoinneissa alettiin siirtyä painokoneista verkkoon. (Salminen 2008, ks. Mäenpää & Männistö 2009, 8). Mediatutkija Todd Gitlin katsoo, etteivät sanomalehdet pysty enää kilpailemaan yhtä hyvin yleisöstä ja julkisesta huomiosta, eikä niiden talouskaan kestä, kun mainonta siirtyy yhä enemmän verkkoon. Väliverronen on sitä mieltä, että internet haastaa printtilehdet ja muutkin perinteiset uutismediat julkaisupaikkansakin ansiosta: julkaisemisen kustannukset ovat pienemmät, se on nopeaa ja leviää maailmanlaajuisesti. (Väliverronen 2009, 15; 21.)

Kiireinen tahti on muokannut suhdetta aikaan ja tilaan. Joukkoviestinnän perinteiset mediat ovat aikatauluttaneet ja muokanneet aikakäsitystä ihmisten arjessa. Olemme esimerkiksi tottuneet saamaan sanomalehden aamulla (ja samalla ehkä kuuntelemaan aamutv:n toimittajien pajatusta). Työmatkoilla olemme kenties tavanneet kuunnella radiota, kun taas töissä on selattu iltapäivälehtiä ja illalla kotona avattu taas televisio ja mahdollisesti luettu aikakauslehtiä. (Seppänen ja Väliverronen 2013, 162.) Suhde aikaan ja tilaan on kuitenkin muuttunut tekniikan kehittyessä. Mobiililaitteista voi lukea uutisia pitkin päivää ja missä vain, puhumattakaan sosiaalisesta mediasta, joka tuntuu olevan läsnä pitkin päivää. Matkapuhelimet ja tabletit saattavat Seppäsen ja

Väliverrosen (2013, 62–63) mukaan jopa korvata perinteisen median. Joukkoviestinnän rooli arjen aikatauluttajana on vähentynyt merkittävästi, kun sanomalehden lukeminen tai ohjelmien katsominen ei riipu ajasta tai paikasta (emt. 64).

Perinteinen joukkoviestintä on siirtynyt internetiin ja joutuu kilpailemaan erilaisten sosiaalisten medioiden ja ilmaisen sisällöntuotannon kanssa, sillä nykyään jokainen, jolla on tarvittavat välineet voi saada sanottavansa julki. Samalla mediaa käytetään yhä laajemmin. (Seppänen & Väliverronen 2013, 10; 16.) Uusin informaatio ja viihde kulkevat mukana missä milloinkin liikutaan. Kiitos kuuluu mobiililaitteille ja nopeille verkoille. Nykyään ihmiset ovat tottuneet saamaan ja jakamaan muun muassa uutisia nopeammalla tahdilla, ajasta ja paikasta riippumatta. Tänä päivänä tiedonvälitykseen tarvittavat välineet, kuten älypuhelimet, ovat lähes kaikkien saavutettavissa. Kun istuu esimerkiksi metrossa, suuri osa matkustajista räpeltää puhelimiaan. Joku ottaa ravintolassa annoksestaan kuvan ennen syömistä, toinen jakaa kuvaa itsestään Instagramiin, kolmas lukee uutisia tablettiltaan, jonka jälkeen hän jakaa jutun ja kommentoi sitä.

Väliverrosen (2009, 26) mielestä 2000-luvun murros poikkeaa aiemmista siinä mielessä, että internet ei ole vain yksi media muiden joukossa, jolloin kaikki eläisivät sopusoinnussa yhdessä, vaan se on kanava, jonne muutkin mediat pyrkivät. Lehdistön tulevaisuuteen tulee Väliverrosen (emt., 27) mukaan vaikuttamaan myös nuorten tottumukset sanomalehden lukemisesta, kun he ovat tottuneet lapsuudessaan selailemaan nettiä älypuhelimista ja tableteista.

Sosiaalinen media, kuten Facebook, Twitter ja Youtube, on muuttanut sisällön tuotantoa ja median taloudellista toimintaa, sillä niissä tuotetaan ja jaetaan sisältöjä ilmaiseksi. Sosiaalisesta mediasta on alettu puhua vasta 2000-luvulla. Sosiaalisen median käyttäjät eivät välttämättä tuota sisältöä eli mediaesityksiä itse, vaan jakavat yhteyksiä eri sisältöihin. (Seppänen & Väliverronen 2013, 36; 39.) Ilmiö on tuttu esimerkiksi Facebookista, jossa omalla aikajanalla jaetaan linkkejä videoihin, kuviin, uutisiin tai vaikka blogeihin. Sosiaalista mediaa ei kuitenkaan voi suoraan verrata joukkoviestintään, sillä erilaisissa yhteisöllisissä palveluissa jakaudutaan pienempiin ryhmiin eikä niissä tavoiteta massoja samalla tavalla. Mutta internetin yhteisöpalveluilla on silti suuri merkitys joukkoviestinnän toiminnassa ja näin koko mediamaisemassa muun muassa halpuutensa vuoksi. Tämä mahdollistaa uudenlaisen sosiaalisen luovuuden sekä aktiivisuuden, ja kynnys julkaisemiseen madaltuu. (Emt. 40.) Facebook on vähentänyt koko ajan esimerkiksi mediayritysten ilmaista näkyvyyttä – uutisorganisaatioiden julkaisut eivät näy enää samalla tavalla yleisöjen päivityksissä. Jos niille halutaan näkyvyyttä, siitä pitää maksaa.

Teknologisilla muutoksilla on siis myös ollut suurta vaikutusta mediatalouteen. Mediayrityksillä on kahdet markkinat, eli niiden on myytävä tuotteitaan yleisölle ja lisäksi yleisöään mainostajille. Monet mediayritykset saavat suurimman osan tuloistaan juuri mainonnasta. Vuonna 2010 sanomalehtien mainostulot olivat kuitenkin laskeneet huomattavasti. Myös tv-puolella mainoksista saadut tulot ovat tärkeitä, vaikka suurin tulonlähde onkin ollut lupamaksu (nykyinen YLE-vero). (Seppänen ja Väliaverronen 2013, 131–132.) Kuitenkin nykyään erilaiset maksu-tv:t ja netti-tv:t kuten Netflix ovat yleistyneet, ja katsojat voivat valikoida mieltymystensä ja oman aikataulunsa mukaan, mitä katsovat. Mainostajien siirtyminen toisaalle ei ole ainoa syy taloudellisiin vaikeuksiin, etenkin sanomalehtien kohdalla. Lehtitilauksiin lisätään nykyään kymmenen prosentin arvonnalisävero ja digitaalisiin julkaisuihin jopa 24 prosenttia (hs.fi, tarkistettu 7.12.2014). Jessika Aron (01/2012) mukaan tilattaville lehdille määrätty arvonnalisävero on aiheuttanut lisähuolta tulevaisuudesta. Useissa mediataloissa on pelätty arvonnalisäveron vaikutusta levikkeihin. Korkeiden verojen vuoksi on jouduttu nostamaan lehtien hintoja tai irtisanomaan henkilöstöä heikentyneiden tulojen vuoksi. Liikevaihtoa on yritetty kasvattaa kehittämällä niin perinteisiä kuin sähköisiä tuotteita.

Mediamarkkinat ovat siis murroksessa, mikä johtuu siitä, että tekniikan kehityksen ja digitalisoitumisen myötä internetistä on tullut keskeisimpiä alustoja mediasisällöille. Samaa tuotetta on tarjolla eri jakelualustoilla. (Seppänen & Väliaverronen 2013, 134.) Esimerkiksi Helsingin Sanomia voi edelleen lukea paperisena, ja nykyään helposti mukana kannettavassa tabloid-lehden muodossa, taitettuna mobiiliversiona tabletista tai puhelimesta tai koko ajan päivittyviä uutisia voi tarkkailla lehden verkkosivuilta. Lisäksi nykyään lehdestä ilmestyy iltapäiväpainos mobiiliin, jotta pitkin päivää löytyy tuoretta luettavaa tai katseltavaa.

Teknologiseen ja taloudelliseen murrokseen liittyy myös yleisön autonomia, mikä tarkoittaa sitä, että nykyään yleisö on vähemmän riippuvainen mediatalojen hallitsemasta tarjonnasta, sillä tarjolla on loputon määrä mediasisältöjä (Seppänen & Väliaverronen 2013, 134). Samalla aika-tilasuhde on muuttunut. Enää ei olla riippuvaisia ajasta ja paikasta mediasisältöjen kulutuksessa. Yleisö on autonomisempaa kuin ennen, mikä tarkoittaa, että media on kysyntälähtöisempää kuin ennen. Median käyttäjä voi valikoida mieleistään sisältöä ja lisäksi vaikuttaa olemalla vuorovaikutuksessa muun muassa antamalla palautetta mediataloille. Autonomisen ja pirstoutuneen yleisön myyminen mainostajille on haaste mediataloille. (emt. 135–136.)

Verkko on myös haastanut perinteisten medioiden talouden tarjoamalla maksutonta sisältöä ympäri vuorokauden. Seppäsen ja Väliwerrosen (2013, 143) mukaan Internetin aika on ollut haastavaa sanomalehdille, kun kilpailu lukijoista on merkinnyt ilmaisen sisällön tarjoamista. Vaikutukset ulottuvat talouteen, suhteeseen yleisöön ja lisäksi sisältöön. Vuorovaikutuksen merkitys on kasvanut hurjasti, ja sisältö ruokkii mahdollista keskustelua. Toki nykyään maksumuurit ovat lisääntyneet Suomessakin. Esimerkiksi Helsingin Sanomien verkkosivuilta saa lukea ilmaiseksi vain viisi juttua viikossa. Internetin ja maksuttomien sisältöjen vaikutus talouteen näkyy silti muun muassa lehtien levikkien laskuna, mainostulojen supistumisena ja irtisanomisilla. Television puolella muutos näkyy ohjelmatuotannon ulkoistamisena (emt. 146).

Seuraavaksi tarkastelen lähemmin journalismin ja kuvajournalismin murrosta. Näiden muutosten takana piilee kokonaisvaltainen median murros, mikä vaikuttaa journalisteihin ja kuvajournalisteihin ja heidän tapaansa tehdä työtään.

4.1.2 Journalismin murros

Teknologinen ja taloudellinen muutos ovat vaikuttaneet median murroksen sisällä yhtä lailla journalismiin. Päivittäisessä juttujen tuotannossa on pitänyt mukautua uusiin tapoihin työskennellä.

Nykyinen murros juontaa juurensa 1990-lukuun. Ennen tätä aikaa journalismi nautti pitkästä taloudellisesta kasvusta, pysyvistä organisaatioista ja työsuhteista. Journalismista oli kehittynyt melko itsenäinen professio. Portinvartijan asema uutistuotannossa oli vahvalla sijalla, esimerkiksi muut instituutiot olivat tottuneet siihen, että kontakti yleisöön luotiin journalismin kautta. Toimittajien identiteetti ja työkuultuuri määrittyivät sen mukaan, mille medialle tehtiin töitä: sanoma- tai aikakauslehteen, televisioon tai radioon. (Seppänen & Väliwerrosen 2013, 160.)

2000-luvun alkupuolella alkoi näkyä muutosta. Vaikka journalismilla on edelleen tärkeä rooli tiedon tuottajana, on portinvartijan rooli hävinnyt. Internet on vaikuttanut käsitykseen siitä, kuka itse asiassa on journalisti tai mitä journalismi pitää sisällään. Yksi esimerkki tästä on blogien ja muun kansalaisjournalismin kasvanut suosio. (Seppänen & Väliwerrosen 2013, 160.) Instituutiot, organisaatiot ja yleisö itse voivat julkaista haluamaansa informaatiota ilman perinteisiä journalismin kanavia.

Journalismin murros, josta edelleen puhutaan, johtuu Väliverroksen (2009) mukaan sanomalehtien levikkien ja mainostulojen laskusta, kilpailun kiristymisestä ja omistussuhteista. Omistajat vaativat mediayrityksiltä tuottoja ja voittoja yhä nopeammin (Väliverronen 2009, 13). Median omistusjärjestelyt ovat muuttuneet muun muassa keskitetyimmiksi. Liiketaloudellinen ajattelu ohjaa toimituksellista työtä, jossa voiton tavoittelu omistajille on pääasia. (Seppänen & Väliverronen 2013, 154.) Markkinoiden tilanne vaikuttaa samalla työntekijöihin muun muassa säästöjen merkeissä. Myös juttujen ”myyvyyttä” joudutaan miettimään.

Myös Nieminen ja Pantti (2004, 201–203) kuvailevat murrokseen liittyvän seuraavat seikat: Median sääntely on muuttunut kohti kaupallista ja markkinoiden pohjalta toimivaa sääntelyä. Median omistukset ovat keskittyneet ja tämä vaikuttaa median tuotantoon ja sisältöön. Yleisö on fragmentoitunut, globalisaatio vaikuttaa mediaan, ja termi media yleistyy joukkoviestintä-termin kustannuksella.

Murros liitetään usein keskusteluissa kriisiin. Esimerkiksi viestinnän professori Esa Väliverronen kertoo Helsingin yliopiston sivuilla, että puheet nimenomaan journalismin kriisistä ovat lisääntyneet 2000-luvulla johtuen muun muassa internetin tuomista haasteista ja mahdollisuuksista. Lisäksi journalismin uskottavuus on heikentynyt muun muassa kaupallistumisen ja viihteellistymisen vuoksi, mikä on vahvistanut kriisi-kuvaa. (www.helsinki.fi, 13.2.2014.)

Muun muassa sosiaalinen media on noussut tärkeäksi uutisten jakelukanavaksi ja samalla tiedonhaun välineeksi. Muutosta ei kuitenkaan tarvitse nähdä negatiivisena asiana tai journalismin kuolemana, sillä suurilla mediataloilla on edelleen yliote ammattimaisesta ja säännöllisestä uutisten tuotannosta. Tekniseltä kannalta digitalisoituminen on itse asiassa tehnyt näiden mediatalojen toiminnasta yhä joustavampaa ja taloudellisesti tehokkaampaa. (Ahva, Heikkilä, Siljamäki & Valtonen 2012, 35–36.)

Teknologian nopea kehitys on saanut aikaan toimituksissa suuria journalismin kehittämishankkeita, jolloin yleisölähtöisyys on jäänyt joksikin aikaa hieman taka-alalle. Mediatarjonnan lisääntyminen ja uuden ja vanhan viestintärakenteen yhteentörmäys on aiheuttanut toimituksissa uudenlaista kilpailua ja uudistamishalua, joten toimituksellista työtä ja sen tuotoksia on kehitettävä ja uudistettava jatkuvasti. Kustannustehokkuus ja innovatiivisuus ajavat ideointia eteenpäin, mikä toisaalta tarkoittaa loputtomia organisaatio-, kehitys- ja ulkoasu-uudistuksia. Mediatalojen vastuulla on tulostavasti silmälläpitäen panostaa kehityshankkeisiin ja uuteen työvoimaan, kun toimitusten

tehtävänä on uudistaa organisaatiota, työprosesseja ja ulkoasua unohtamatta päivittäistä velvoitetta julkaista uutta. Näillä kehittämis- ja investointiteoilla tavoitellaan uudistettua mediasisältöjen tarjontaa. Uudistetut tuotteet kohtaavat muita uudistettuja tuotteita markkinoilla, mikä johtaa jatkuvaan kilpailuun. (Ahva ym. 2012, 36–37.) Kilpailu sinänsä ei ole uusia asia nykypäivän mediataloissa, mutta uudistamisen loputon tarve on. Samalla on pysyttävä muun yhteiskunnallisen ja teknologisen kehityksen perässä ja tarjottava ajan tasalla tai sen edellä olevaa mediatuotetta siellä missä yleisöt ovat.

Mediatalouden teknologinen, taloudellinen ja kulttuurinen murros näkyvät journalismissa ja sen työntekijöissä. Median ja journalismin murros 2000-luvulla johtuu myös paljon internetin luomasta nopeuden kulttuurista (Seppänen & Väliaverronen 2013, 147). Lehdissä päivitetään uutisia ympäri vuorokauden ja uutisia tuotetaan yhä nopeammalla tahdilla. Puhelimeni näytölle ilmestyy jatkuvalla syötöllä Helsingin Sanomien mobiilipalvelusta uusimpia uutisia ja päivityksiä. Nopeuden kulttuuri vaikuttaa väistämättä media-alan toimijoiden työkuvaan.

Tulosajattelu on muokannut jatkuvan kiireen lisäksi muun muassa sisällöntuotantoa, kun toimitukset haluavat julkaista juuri lukijoita eniten kiinnostavia juttuja. Apuna käytetään palautteita ja erilaisia kyselytutkimuksia. Uutistuotanto on siis teollistunut, mikä tarkoittaa samalla viihteellistymistä. Uutisteollinen tuotantotapa on lähentänyt sanomalehtiä aikakauslehtiin, esimerkiksi sisällön on vastattava lukijoiden ja mainostajien toiveita. (Seppänen & Väliaverronen 2013, 147–148; 151.) Toimittajat ja kuvaajat ovat joutuneet sopeutumaan uudenlaiseen työskentelemisen kulttuuriin, missä nopeus on valttia, mutta samalla juttutyypit samoin kuin kuvatyylit ja visuaalisuus esimerkiksi lehtien sivuilla ovat kääntyneet hieman aikakauslehtimäisempään suuntaan. Esimerkiksi Helsingin Sanomien eri liitteet, etenkin Torstai-liite on ulkoasultaan ja juttuaiheiltaan kuin naistenlehti: kepeitä tarinoita ja iloisia, nättejä kuvia.

Työnkuva tai kuva työstä on muuttunut muillakin tavoin. Murros vaikuttaa journalistisen työn ja tuotannon organisoimiseen eli uutisteollisuuteen ja samalla yleisön haluun maksaa sisällöstä, kun niin paljon on tarjolla ilmaiseksi. Kaikki tämä vaikuttaa siihen, kuinka ammatti-identiteetti koetaan. Yksi journalistisen kulttuurin ongelmista on se, kun yksilöllinen toimittajaihanne kohtaa nykyisen, ryhmätyötä painottavan muutosvaatimuksen. Tänä päivänä tiimityön kulttuuri kasvattaa suosiotaan toimituksellisena työskentelytapana, ja muutokseen voi olla vaikea suhtautua. Journalistinen työ on sinällään samaa kuin ennenkin tiedonhankinnasta tarinankerrontaan, mutta mediakonvergenssi on aiheuttanut sen, että toimittajan on tunnettava ja osattava käyttää eri välineitä ja julkaisualustoja.

Median ja journalismin taloudelliset muutokset teknologisten rinnalla näkyvät myös muutoksena työntekijöiden asemassa ja ammattikuvassa. (Seppänen & Väliaverron 2013, 154; 159–160; 162.) Jos töitä on, täytyy jatkuvasti oppia uutta ja kehittää itseään. Digitaalisuuden merkitys julkaisemisessa pakottaa hahmottamaan koko työskentelyä uudella tavalla. Esimerkiksi sanomalehden toimittajien on täytynyt opetella myös videoissa esiintyminen mahdollisesti suorassakin lähetyksessä, videotarinankerrontaa ja ehkä jopa leikkausohjelmien käyttöä. Lisäksi Sanna Seväs (11/2012) mukaan sanomalehtien on kehitettävä myös aivan uusia tulonlähteitä työntekijöidensä avulla. Hän ennustaa, että toimituksen asiantuntemusta voidaan jatkossa hyödyntää kirjojen, tapahtumien tai koulutusten tuottamisessa.

Tänä päivänä, jatkuvien yt-neuvottelujen maisemassa, yhä useampi pelkää teknologiaa enemmän luultavasti työnsä jatkuvuuden puolesta. Yleinen taloudellinen epävarmuus on johtanut mediataloissa siihen, ettei uudistamisen jatkuva kierre tuota uusia resursseja journalismin kehittämiseen. Tämä puolestaan tarkoittaa, että pienemmillä voimavaroilla on tuotettava jatkuvasti enemmän. (Ahva ym. 2012, 37.) Tämä on näkynyt 2010-luvulla etenkin suurina yt-neuvotteluina ja irtisanomisina. Lähes kaikissa mediataloissa on jouduttu vähentämään väkeä. Osa on jopa jättänyt työnsä vapaaehtoisesti ja ryhtynyt yrittäjäksi, mahdollisesti uhkaavien näkymien vuoksi.

Journalistiliitto kokosi käyttööni yt-tilastoja. Tilastoista näkee, kuinka paljon toimituksista irtisanottiin henkilöstöä vuosina 2012–2014. Vuosi 2012 oli viime vuosista toistaiseksi synkin yt-vuosi. Tällöin irtisanottujen määrä nousi 205:een. Luvut laskivat hieman vuonna 2013, jolloin irtisanottuja kertyi kuitenkin 172. Irtisanottujen määrä laski edelleen vuonna 2014 lukuun 124,5 (tarkistettu 7.10.2014). (Journalistiliitto, 09.10.2014.) Suurin muutos Seppäsen ja Väliaverron (2013, 154) mukaan on mahdollisesti ollut vakituisten työsuhteiden vähentyminen ja pätkätyiden lisääntyminen. Mediatalojen ulkoistamiset ovat kasvattaneet pienten yritysten määrää. Toisaalta omat, pienet yritykset ovat tarkoittaneet perustajiensa kannalta vapautta ja luovuutta – mutta toki myös epävarmuutta.

Rosalind Gill (2011, emt. 2013, 155 mukaan) on tutkinut nykypäivän media-alan työntekijöiden ajatuksia työstään ja listaa tyypilliset piirteet seuraavanlaisiksi: työlle omistautuminen, yrittäjäisyys, pätkätyöt, melko matala palkka, loputon taitojen kehittäminen, omaehtoinen opiskelu, epämuodollisuus, epätasa-arvoisuus ja epävarmuus tulevaisuudesta.

Toimittajien määrä mediataloissa vähenee, verkko muuttaa työskentelyä ja samalla yleisöt kaikkoavat. Tämä kaikki aiheuttanee journalistisen alan työntekijöissä huolta tulevaisuudesta. Toisaalta uusi verkkoteknologia ja sosiaalisen median mahdollistama keskustelevalle viestintä on herättänyt toivoa luoda uudenlaista suhdetta yleisöön. (Ahva ym. 2012, 38.) Toisaalta, voidaanko enää puhua yleisöstä passiivisessa muodossa, sillä sen rooli on muuttunut sosiaalisen median myötä yhä aktiivisemmaksi.

Samalla kun mediatalojen on täytynyt lisätä kustannustehokkuuttaan, freelancerien sopimuksia on kiristetty. Useat lehtitalot siirtyvät Matti Remeksen (06/2012) mukaan alihankintaan ja teettävät yhä enemmän töitä freelancereilla. Samaan ilmiöön liittyy avustajasopimusten uusiminen niin, että talot saavat tekijöiltä kaikki oikeudet tuotoksiin ilman erillisiä korvauksia. Avustajasopimusten myötä parhaat journalistit eivät välttämättä saa töitä, vaan työn vievät ne, jotka suostuvat allekirjoittamaan sopimuksen (Pekkala, Pekka 17/2012). Tämä menettely on saanut aikaan mediatalojen boikotointia aiemmin vakituisilta avustajilta. Samaan aikaan on syntynyt kuitenkin paljon hyvää. Freelancerit ovat perustaneet erilaisia yhteisöjä ja kollektiiveja, joissa ideana on tuottaa itse aineistoa, kuvia tai tekstiä tai niiden yhdistelmää uusilla, kiehtovilla tavoilla.

Journalismin murros on maailmanlaajuista. Yhdysvalloissa on Seppäsen ja Väliwerrosen (2013, 211) mukaan jo pidempään seurattu tilannetta, jossa lukijat ja mainostajat luovuttavat painetun sanomalehden suhteen. Lehtiä on lopetettu ja edelleen pystyssä olevat joutuvat pärjäämään yhä pienemmillä resursseilla. Useat pohtivatkin, onko perinteisellä, ammattimaisesti tuotetulla journalismilla enää tulevaisuutta. Esimerkiksi nuoret seuraavat maailman tapahtumia pääosin internetin kautta, jonne ammattimaisesti tuotettu uutissisältö päättyy sekä raaka-aineena että muokattuna. Lisäksi verkko on tulvillaan muidenkin sisällöntuottajien, kuten yritysten, organisaatioiden ja kansalaisjärjestöjen, uutisia. Perinteinen uutisteollisuus ei ole sisäistänyt tätä muutosta, sillä uutisia tehdään edelleen liukuhihnatyönä.



Kuva 1: Median ja journalismin murroksen ominaispiirteet tiivistelmänä edellä kirjoitetusta tekstistä.

4.1.3 Kuvajournalismin murros

Myös kuvajournalismi on kokenut useita murroksia vuosien varrella. Usein näihin murroksiin on vaikuttanut teknologian kehitys. Samalla kun muu maailma ympärillä on muuttunut, on kuvaajien täytynyt sopeutua uuteen aikaan. Muutokseen on usein suhtauduttu ainakin aluksi epäilevästi.

Tampereen yliopiston kuvajournalismin lehtori Anssi Männistö (01.02.2014) tiivistää valokuvauksen historialla olleen kolme suurta murroskautta. Leican keksiminen 1920-luvun puolivälissä oli ensimmäinen murros, jolloin kamera irtaantui jalustasta ja ammattikuvaajan oli helpompi liikkua vapaammin. Tähän murrokseen yhdistyi kuvalehtien tulevan kultakauden alku. Kuvaajien mahdollisuudet lisääntyivät.

Toinen murros koettiin 1960—1970-lukujen vaihteessa, kun televisio voitti kamppailun still-kuvaa ja kuvalehtiä vastaan. Ensimmäistä kertaa murros merkitsi mahdollisuuksien kapenemista.

Merja Salo kuvailee murrosta ja sen ilmentymiä Männistön kaltaisesti. Salon (2000) mukaan kuvajournalismia on varjostanut kaipuu menneisyyteen ainakin 1970-luvusta alkaen, aikaan ennen

televisiota ja kansainvälisten kuvalehtien (kuten Life) lakkauttamista tai radikaalia muutosta. Kuvajournalismin ensimmäisiä julkaisualustoja olivat vuosina 1925—1972 kuvalehdet joiden ”kulta-ajan” katkaisi television tulo. Tämän jälkeen värivalokuvat yleistyivät myös kuvajournalismissa. Television aikana uutiskuvan on täytynyt kuvajournalismissa löytää oma roolinsa tapahtumien kuvaajana, kun reaaliaikaisuuden vaatimus on lisääntynyt. Kuvajournalismin nykyhistoriassa tiedotusvälineiden merkitys julkaisualustoina on heikentynyt, ja jäljelle ovat Salon mukaan jääneet valokuvakirjat, -näyttelyt ja rajattujen kohderyhmien erikoislehdet. (Merja Salo 2000, 4; 8–9; 20.) Kuvajournalismin ei voida Salon mukaan sanoa kuolleen laajalevikkisten kuvalehtien mukana, vaan se on muuttanut muotoaan hieman pirstaloituneemmaksi. Salo katsoo samalla, ettei menneisyyden perään voi haikailla kuvajournalismin piirissä, jonka olisi tarkoitus reagoida aina nykyisyyteen ja jättää siitä jälkiä historiaan – journalismissa kun tarkoitus on hahmottaa nykyisyyttä ja välittää sitä yleisölle. (emt.)

Seuraava murros eli digimurros alalla tapahtui Männistön (01.02.2014) mukaan vasta 1990-luvun loppupuolella. Tällöin mahdollisuudet alalla jälleen kasvoivat, mutta tarjonta ei ollut riittävän hyvää: ”bitit eivät tulleet koteihin riittävän ripeästi silloisella teknologialla”. Nykyistä murrosta kuvaa muun muassa se, että verkko ja digi ovat kasvaneet tarpeeksi suuriksi – missä vain voi surffailla nopeasti ja kätevästi. Samalla kuitenkin printin merkitys kutistuu entuudestaan.

Mäenpää ja Seppänen (2009) väittävät, että informaatioteknologian murroksen vaikutus on ollut erityisen suuri kuvajournalismissa lehtikuvan digitalisoitumisen vuoksi. Digitaaliseen valokuvien muokkaamiseen siirtyminen 1980—1990-lukujen taitteessa mullisti kuvajournalistisen työn. Kuvaustilanteet ja kuvien muokkaaminen ovat mullistuneet, pimiöajat ovat historiaa ja kuvien lähettäminen ja levittäminen on huomattavasti helpompaa. Filmistä luopuminen on vaatinut vanhan polven kuvaajilta jatkuvaa uuden oppimista. Kuvaajat ovat siirtyneet yhä enemmän tietokoneidensa vangeiksi, ja tekniikan kehittyessä myös työn tahti on nopeutunut. (Mäenpää & Seppänen 2009, 50–51.)

2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen aikana digikamerat ja erilaiset kuvankäsittelyohjelmat tulivat jokaisen länsimaisen kotitalouden saataville. Samalla kun tekniikka on kehittynyt, ovat myös harrastelijoiden ja ammattilaisten taidot parantuneet sellaiselle tasolle, että esimerkiksi kuvan muokkaamista voi olla vaikea havaita silmämääräisesti. Kun huippukamerat ovat kaikkien saatavilla tai kännykässä, ovat myös lukijoiden ottamat kuvat lehtien printti- ja verkkosivuilla lisääntyneet. (Mäenpää & Seppänen 2009, 50–51.) Tänä päivänä kuvien tuotanto on suurempaa kuin koskaan. Vuonna 2010 kaikista myydyistä puhelimista 70 prosenttia oli kamerapuhelimia –

tänä päivänä luku lienee länsimaissa melko lähellä sataa. Digitaalisen kuvan voi lähettää heti eteenpäin ja kokonaisuudessaan kuvaaminen on muuttunut arkisemmaksi. Kameraa ei kaiveta enää esille vain erityisten tilanteiden tallentamista varten. (Seppänen & Väliverronen 2013, 34.) Yhteiskunnan ”kameraistuminen” levittää journalistista katsetta kaikkialle, mikä lisää haasteita ammattikuvajournalisteille.

Toimituksissa on jouduttu mukautumaan tähän muutokseen. Tekniikan kehittyminen on Mäenpään ja Seppäsen (2009) mukaan pitkälti syynä kuvajournalismin viime vuosina tapahtuneeseen murrokseen ja keskusteluun digikuvan luotettavuudesta. Internet, kamerateknologia, parantuneet kuvankäsittelyohjelmat ja verkkopalvelut ja tarjonnan lisääntyminen ovat pakottaneet toimitukset muuttamaan vanhoja mallejaan ja työskentelytapojaan, esimerkkeinä yleistyneet lukijakuvat ja kännykkävideot verkkolehden sivuilla. (Mäenpää & Seppänen 2009, 63.)

Uutiskuvien määrä on lisääntynyt Anssi Männistönkin (2008) mielestä nopeasti yleisön ottamien kuvien vuoksi, mutta niiden merkitys korostuu etenkin nopeissa uutistilanteissa. Koska reaaliaikaisuus on yhä tärkeämpää verkkotoimituksissa, on ammattikuvaajienkin pyrittävä lähettämään kuvia suoraan tapahtumapaikalta. Tällöin kuvankäsittelylle jää vähän aikaa. (Ks. Mäenpää & Seppänen 2009, 64.)

Perinteinen lehtikuva ei ole enää täysin sitä mitä se oli ennen. Lehtikuvan digitalisoituminen on osa laajempaa informaatioteknologian murrosta, jossa medioiden sisällöt tehdään digitaaliseen muotoon (Mäenpää & Seppänen 2009, 51). Digitaalisuus tarjoaa uusia keinoja esittää tarinoita. Pelkät still-kuvat eivät ole enää ainoa keino esittää kuvajournalismia, vaan omankin kokemuksen mukaan videoiden ja multimediatoiden esittäminen verkossa on koko ajan nosteessa.

Uuden myötä syntyy myös usein epävarmuutta tulevasta. Jotkut pelkäävät Hansénin (2000) mukaan multimedian kehityksen myötä sähköisen julkaisemisen korvaavan painetun lehden, kun taas toiset uskovat lehtien pysyvän uuden teknologian rinnalla omassa asemassaan. Hansén itse uskoo, ettei painettu lehti katoa kokonaan, vaan kokee lähinnä muutoksia. Hän kuitenkin ennustaa, ettei painoviestinnän saralla tulla näkemään merkittävää kasvua, muun muassa sen takia, ettei suuria muutoksia ole tapahtunut 90-luvulta lähtien. Kasvua rajoittavat myös nimikkeiden, levikkien ja painosten nykyiset määrät, joiden ei voi ennakoida kasvavan. Lisäksi mainonta on siirtymässä yhä enemmän verkkoon. Sähköinen julkaiseminen mahdollistaa myös hänen mukaansa uudenlaisen viestintäkulttuurin ja uusien palveluiden ja tuotteiden syntymisen. (Hansén 2000, 107; 407.)

Medioiden on oltava ajan tasalla tässä markkinakehityksessä tavoittaakseen yleisön parhaalla mahdollisella tavalla.

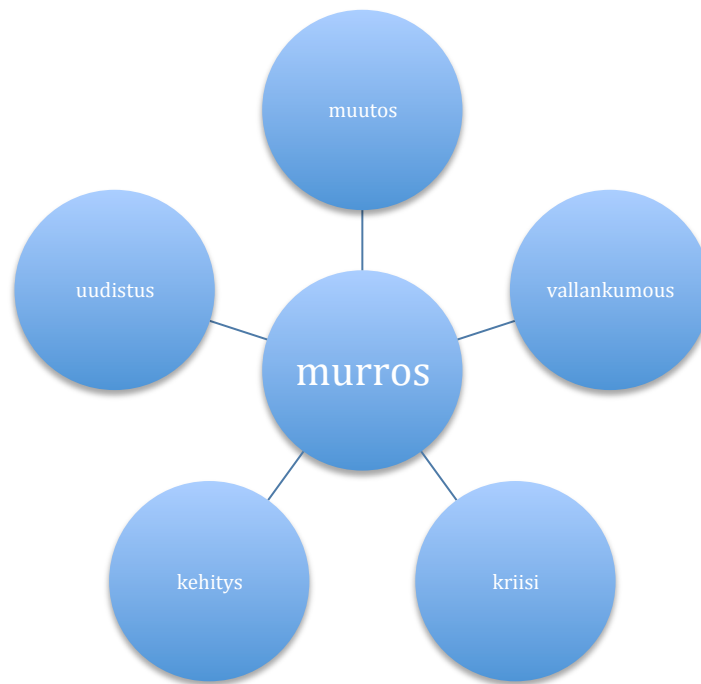
Murros-käsitettä käytetään yleensä siis muutoksen kuvailemisen yhteydessä. Mikä on muuttunut alalla totutuista malleista? Yleensä murroksesta puhuttaessa pohditaan jatkuvuutta ja tulevaisuutta: Säilyykö journalismi tai kuvajournalismi ennallaan? Entä kuoleeko kuvajournalismi kokonaan tai sellaisena kuin sen tunnemme? Usein murrokseen liitetään myös negatiivisia piirteitä, jolloin puhutaan journalismin tai kuvajournalismin kriisistä. Usein murroksesta puhutaan kuvajournalismin kehityksessä etenkin teknologian kehittyessä ja uusien media-alan toimintatapojen muuttuessa tai vakiintuessa.

Tiivistetysti, murros on konkreettisesti esiintynyt kuvajournalismissa muun muassa silloin, kun

- teknologia on kehittynyt: investoinneissa on keskitytty painokoneiden sijaan verkon kehittämiseen, eli internet on haastanut printin. Myös järjestelmäkameroiden ja kamerapuhelimien yleistymisen on haastanut asettanut haasteita ammattikuvaajille.
- puhutaan toimintatapojen muutoksesta, eli esimerkiksi toimituksissa on täytynyt opetella verkossa julkaisemista. Esimerkiksi kuvatoimituksissa on täytynyt oppia julkaisemaan eri kuvia verkossa kuin printissä. Samalla kiire on lisääntynyt, mikä puolestaan on jälleen vaikuttanut työskentelyyn. Jatkuvasta oppimisesta on tullut pysyvää.

4.2 Murroksen lähikäsitteet

Murroksesta ei aina puhuta juuri tällä nimenomaisella termillä. Murroksella on lähikäsitteitä, joita erittelen tarkemmin tässä kappaleessa. Lähikäsitteiden avulla minun on helpompi poimia murrospuhetta Journalisti-lehtien sivuilta.



Kuva 2: Kokoelma murroksen lähikäsitteistä, joita on esiintynyt teoriassa ja täydennetty aineistosta.

Muutos, kriisi, vallankumous, kehitys ja uudistus. Lähikäsitteitä journalismiin liittyvälle murrokselle löytyy useita. Olen etsinyt lähikäsitteitä aiemmasta kirjallisuudesta ja artikkeleista, mutta osan olen vielä lisännyt luettuani aineistoa läpi. Muutos kiteyttää paljon murroksen olemuksesta ja on mielestäni ikään kuin yläkäsite termille. Sen sointi on kuitenkin positiivisempi: muutos voi tuottaa jotakin uutta ja hyvää, se voidaan nähdä hyvänä kehityksenä. Samoin uudistus ja kehitys viittaavat tulkintojeni mukaan johonkin hyvään. Myös termi median vallankumous esiintyy teksteissä. Sanaa käytetään havaintojeni pohjalta osittain samassa tarkoituksessa kuin murrosta, mutta sen sävy on mielestäni neutraali. Sen sijaan journalismin kriisi viittaa negatiiviseen muutokseen alalla. Sanaan liittyy kuoleman pelko – kriisipuheessa tulevaisuutta ei nähdä kovin valoisana.

Murroksesta kertovat käsitteet ovat olleet olennaisen tärkeä osa kehystämisprosessia ja auttaneet tulkitsemaan tekstin sävyjä ja jaottelemaan niitä. Murrokseen voidaan liittää useampia sävyjä, mutta lukemani perusteella termi on ehkä hieman enemmän kallellaan negatiiviseen sävyyn. Periaatteessa murros on neutraali sana, mutta olen itse alkanut liittää siihen enemmän negatiivisia mielleyhtymiä viime vuosina vallalla olleen negatiivissävytteisen keskustelun johdosta. Jotkin lähitermeistä saattavat antaa osviittaa sävyyn tai toiseen, mutta tekstin lopullinen sävy riippuu niistä asenteista, jotka toimittaja on kirjoittanut auki tai kätkenyt rivien väliin.

5 Kehysanalyysiä Journalisti-lehden murrospuheesta

Aineistoni koostuu kolmen vuoden aikana ilmestyneistä Journalisti-lehdistä, eli numeroista 01/2012–13/2014. Tarkasteltavia lehtiä kertyi 50 kappaletta, joista 34 numerossa mainittiin yhden tai useamman jutun yhteydessä alan murros jollakin tavoin (liite 1). Tuntuu kuitenkin siltä, että lähes koko lehden sisältö käsittelee murrosta ja sen seurauksia jossakin mielessä, sillä muutokset alalla ja nykyiset ja tulevat työskentelyolosuhteet puhuttavat alan ammattilaisia. Puhe muutoksesta, kehityksestä ja kriiseistä on loputonta, vaikka itse murrokseen viittaavia käsitteitä ei jutuissa käytettäisikään. Journalistin on oltava liiton lehtenä ajan hermoilla, mikä selittää ajankohtaiset keskustelut alan nykyisestä ja tulevasta tilanteesta. Tutkimuksen tekeminen on kuitenkin valintojen tekemistä. Niinpä jätin laskuista sellaiset jutut, joissa ei mainittu nimenomaan median tai journalismin murrosta (tai sen lähikäsitteitä), vaikka jutuissa saatettiin kertoa asioista, jotka jollakin tavoin liittyvät murrokseen, kuten yt-neuvotteluista mediataloissa. Näin yritin rajata tarkasteluni siihen, kuinka murroksesta alalla puhutaan: mitä sävyjä puhe välittää, eli mihin kehyksiin murrespuhe on jaoteltavissa.

Jaoin artikkelit kolmeen eri kehykseen: negatiiviseen, neutraaliin ja positiiviseen sävyyn. Jaottelin tekstit muun muassa sanavalintojen mukaan eri kehyksiin. Esimerkiksi kriisistä puhuttaessa ajatukset murroksesta liikkuivat usein negatiivisten mielipiteiden alueella. Lisäksi kirjoittajan mielipiteet olivat useimmiten selkeästi tulkittavissa ja autoivat jaottelussa. Jos artikkelissa nähtiin murros pelottavana tai innostavana, oli helppoa luokitella teksti joko negatiivisen tai positiivisen sävyiseksi. Puhdas informaatio murroksesta puolestaan sijoittui neutraaliin kehykseen. Joissakin teksteissä saatettiin toki esittää lyhyesti eri näkökulmia murroksesta, mutta yksi sävy oli aina vallitsevin.

Analyysi on tehty subjektiivisesti, eli joku toinen olisi voinut lukea ja tulkita joitakin yksittäisiä tekstejä eri tavoin. En näe, että täysin objektiivinen juttujen eri kategorioihin laskeminen olisi mahdollista, sillä jos juttuja lähtisi luokittelemaan yksinomaan tiettyjen sanojen perusteella, jolloin tietyt sanat edustaisivat sokeasti tiettyjä sävyjä, tulkinta voisi mennä pahasti harhaan. Esimerkiksi vaikka muutos on mielestäni enemmän neutraali tai positiivinen sana, saatettiin sitä käyttää myös negatiivisessa yhteydessä. Yksittäiset sanat antavat viitteitä, mutta vasta koko jutun lukemalla selviää sävy. Lisäksi analysoitavana on hyvin paljon eri juttutyyppejä – kyseessä ei siis ole tieteellistä tekstiä, jossa tietyn sanan voi luottaa tarkoittavan aina tiettyä asiaa. Journalistin jutuissa

saattaa olla ironiaa tai sarkasmia, jolloin sävyt pitää osata tulkita myös rivien välistä. Vaikka kyse on subjektiivisesta tulkinnasta, jako eri sävyjen välillä säilyisi suhteellisen ennallaan, sillä tulkinnanvaraa ei ole paljon.

Tulkinnan apuna toimivat kuitenkin myös muut sanat murros-termin ja sen lähikäsitteiden lisäksi. Jokaisessa negatiivisessa jutussa käytettiin jotakin seuraavista sanoista tai niiden synonyymeista: kriisi, uhka, epävarmuus, huoli, kaaos, synkkyys, tiukilla oleminen, leikkaukset, kuolema, kovakouraisuus, takaisku, pelastautuminen, ongelma, pakeneminen ja vaikeus. Neutraalien juttujen yhteydessä ei käytetty vahvoja sanavalintoja, vaan puhuttiin yksinkertaisesti murroksesta ja siitä, minkälaisia muutoksia alalla tällä hetkellä tapahtuu. Positiivisen sävyisissä jutuissa puolestaan esiintyi seuraavia sanoja: innostuminen, unelmointi, usko, mahdollisuus, menestyminen, tsemppaaminen, jännittävyys, vapaus, mukavuus, journalismin puolesta taisteleva, hyvä tulevaisuus, uutuus ja piristäminen.

Murrosta käsiteltiin yhteensä 62 jutussa. Näistä negatiivisen sävyisiä juttuja oli 34. Neutraalin sävyisiä juttuja oli 12 kappaletta ja positiivisen sävyisiä 16.

Vuosi	Lehtiä per vuosi	Murrosta käsitteleviä juttuja per vuosi	Pos.	Neutr.	Neg.
2014	13	13	3	3	7
2013	15	28	8	6	14
2012	22	21	5	3	13

Kuva 3, Journalisti-lehtien eri sävyisten juttujen määrä / kpl.

Kuvasta 3 näkee, kuinka monta lehteä julkaistiin kunakin vuonna ja kuinka monta murrosta käsittelevää juttua on julkaistu per vuosi. Lisäksi kuvasta käy ilmi, mikä eri kehysten esiintymisen määrä kunakin vuonna on ollut. Negatiivisen sävyisten tekstien osuus on ollut ylivoimainen – suurin piirtein puolet murrosta käsittelevistä jutuista oli negatiivisia. Positiivisten ja neutraalien kehysten alle sijoittuvia juttuja oli suurin piirtein yhtä paljon, joskin positiivisia tekstejä oli keskimäärin vuosittain muutamia enemmän kuin neutraaleja.

Lehtien lukemisen jälkeen päällimmäinen tuntee oli lievä alakulo. Journalisti-lehden sisältö vaikuttaa olevan pitkälti surullisia uutisia ja murheellisia tulevaisuudennäkymiä. Yt:t roihuavat alalla kuin metsäpalo ja tuntuvat tarttuvan medialtalosta toiseen. Toimitusten talous on vaakalaudalla ja tulevaisuus mietityttää niin työsuhteessa olevia kuin freelancereitakin.

Seuraavaksi tarkastelen aineistosta poimimiani murrosta käsitteleviä tekstejä tarkemmin ja teemoittelen kolmen eri kehyksen eli sävyn alle sijoittuvia tekstejä vielä usein toistuvien teemojen mukaan. Olen poiminut tekstien sisällöstä kiinnostavia sitaatteja, joissa tiivistyy jotakin oleellista käsiteltävästä aiheesta.

5.1 Negatiivinen kehys

Tarkastelujakson aikana ilmestyneissä Journalisti-lehdissä esiintyi eniten negatiivisen sävyisiä artikkeleita, joissa käsiteltiin murrosta. 62 jutusta yli puolet (55 %) sijoittui negatiivisen kehyksen alle. Huoli alalla pärjäämisestä näkyi selkeästi lehden sivuilla. Toistuvia juttuaihteita olivat irtisanomiset ja yt-neuvottelut, taloudellinen ahdinko alalla, muuttuvien markkinoiden ja median käyttötapojen vaikutukset ja työskentelyn muuttuminen.

Jaoin negatiivisen kehyksen murros-aiheiset jutut laajoihin alakehyksiin tai alateemoihin, joiden alle sijoitin artikkeleita. Kokosin neljä suurta teemaa negatiivisen sävyisistä teksteistä:

- säästöt, markkinat ja julkaisukanavat
- sisältö
- freelancereiden työehtoasiat ja
- yleinen huoli tulevaisuudesta.

Sijoitin teemat järjestykseen juttujen lukumäärän perusteella, eli eniten murrospuhetta esiintyi teksteissä, joissa käsiteltiin säästöjä, markkinoita ja julkaisukanavia.

5.1.1 Säästöt, markkinat ja julkaisukanavat

Journalisti-lehden sivuilla näkyy selkeästi median ahdinko tämänhetkisessä taloudellisessa tilanteessa. Mediamarkkinat muuttuvat – yleisö siirtyy printtimedian parista verkkoon ja mainostajat kaikkoavat samalla, kun yleinen taloustilanne painuu yhä tiukemmin pakkasen puolelle. Journalismin rahoitukseen yritetään keksiä uusia keinoja, sillä nykyiset metodit tuntuvat vanhanaikaisilta. Kaikesta pyritään säästämään, ja se näkyy etenkin henkilöstön hyvinvoinnissa. Mikael Jungner (2/2012) näkee murroksen negatiivisena juuri talouden synkkien madonlukujen vuoksi. Hän kokee, että alalla kaivattaisiin suuria uudistuksia:

”Median ansaintamalli yskii, netti uhkaa. (...) Apua ei näy missään. (...) Entä jos vastoin juhlapuheita median todellinen asiakas onkin mainostaja, ei lukija? (...) Muut alat pärjäävät muutoksessa. Musiikkiala ei kaatunut nettiin vaan tekee sillä miljardeja. Pitäisikö mediankin uudistua? (...) Silti mediamaisema muistuttaa enemmän tehometsätalouden metsikköä kuin monimuotoista luontokeidasta. (...) Maailma ympärillämme on vaikeampi kuin koskaan. (...) Massamedia on rikki juuri kun kipeimmin kaivataan.”

Karo Hämäläinen (14/2013) haastatteli Eero Lehteä mediamaailman tulevaisuuden näkymistä, joita Lehti pitää synkkinä, ellei uusia keinoja keksitä. Lehti pohtii, onko suomalaisella mediamaailmalla lainkaan tulevaisuutta.

”Ansaintalogiikat menevät uusiksi ja niiden korvaaminen on täysin hakusessa.”

Hämäläinen (14/2013) jatkaa aiheesta toisenkin jutun yhteydessä. Hänen mukaansa murros on vaikuttanut mediayhtiöiden liiketalouteen. Mediamarkkinat muuttuvat ja painetun median liikevaihto laskee, koska kulutus ja samalla mainonta siirtyvät digitaalisiin kanaviin.

”Liikevaihtojen tasainen laskusuunta on antanut mediayhtiöille aikaa karsia kulujaan ja siten suojella tulostaan. Kulunkarsintakierrokset ovatkin muuttuneet toimialan arkipäiväksi. (...) Pörssilistattujen mediayhtiöiden liikevaihtojen viime vuosien suunta on selvä: alaspäin. (...) Liikevaihtoissakin näkyy se, että yhtiöt muuttavat rakennettaan ja etsivät paikkaansa digitalisoituvassa maailmassa.”

Digitaaliseen aikaan siirtyminen on siis tuottanut päänvaivaa muuttuvien markkinoiden vuoksi. Muun muassa verkon ilmainen tarjonta on houkutellut yleisöä maksullisten sisältöjen piiristä. Lisäksi nykyajan lapset ja nuoret ovat tottuneet selailemaan eri medioita, kuten sosiaalista mediaa, jatkuvasti omista mobiililaitteistaan, joten verkkopalvelut ovat luontevia väyliä heille hankkia informaatiota. Media-taloille on useiden artikkelien perusteella näyttänyt tulleen yllätyksenä yleisön siirtyminen verkko- ja mobiilipalveluiden pariin, minne luonnollisesti mainostajatkin ovat pikku hiljaa muuttaneet. Perinteisessä mediassa mainostaminen ei ole niiden näkökulmasta enää yhtä kannattavaa. Tiettyjä ryhmiä ei välttämättä kannata edes tavoitella printistä, niin kuin seuraavasta Markku Lappalaisen (13/2013) sitaatista käy ilmi.

”Painopiste siirtyy verkkoon, jonka sisältöä seurataan erilaisilla lukulaitteilla ja älypuhelimilla.”

Nykyään joukkoviestintä joutuu kilpailemaan ilmaisen sisällöntuotannon kanssa, sillä lähes jokaiselta suomalaiselta löytyy kotoaan välineet jakaa ja vastaanottaa informaatiota teksti-, kuva- tai videomuodossa. Lappalaisen mielestä esimerkiksi Helsingin Sanomien yt-neuvotteluiden syistä puhuttaessa perusteluissa esiintyy juttujen digitaalisuuteen siirtyminen.

Mediankäyttö on siis siirtymässä yhä enemmän verkkoon. Markkinat siirtyvät yleisöjen luokse, ja journalismin pitää seurata perässä. Journalisti-lehden jutuista käy kuitenkin ilmi, että monien mielestä seuraaminen tapahtuu liian hitaasti. Tämä johtaa taloudellisiin ongelmiin. Johanna Vehkoo (12/2014) kirjoittaa jutussaan mediankäytön muuttumisesta ja sen suhteesta journalismin tuotantoon ja jakeluun.

”Perinteisen median muutostarpeet voi tiivistää yhteen lauseeseen. Se kuuluu näin: toimittajat tekevät vääriä asioita väärin aikoihin väärillä työkaluilla. Taannoisen yt-uutisten mukaan ”suomalaisten mediankäytön muutoksen nopeus on yllättänyt kaikki”. Siihen onkin ollut vasta 15 vuotta aikaa sopeutua. (...) Mediankäyttö on tosiaan toisenlaista, mutta journalismin tuotannon ja jakelun tavat ovat uudistuneet hämmentävän vähän.”

Myös Karo Hämäläinen (14/2013) näkee, että painetun median liikevaihto laskee, koska mainonta ja kulutus siirtyvät digitaalisiin kanaviin. Hän käyttää esimerkkinä Alma Mediaa.

”Alma Median digitaalisten palveluiden vahva kasvu ei vallitsevassa markkinatilanteessa vielä kokonaan riitä kattamaan painetun median myynnin laskua.”

Suomalaiset median kuluttajat tottuivat aluksi verkon ilmaisiin sisältöihin, kun kaikki mediatalot latasivat juttunsa verkkoon ilmaiseksi. Nyt sisällöntuottajat ovat alkaneet yksi kerrallaan siirtyä maksumuurin taakse, koska mainostulot eivät riittäneetkään. Suomessa sisältöä ovat myyneet maksumuurin takaa pisimpään muun muassa Helsingin Sanomat, Kauppalehti ja Hämeen Sanomat. (Kivioja, Pasi 12/2013.) Helsingin Sanomat otti palvelun käyttöön vuoden 2012 loppupuoliskolla. Helsingin Sanomien liiketoimintajohtaja Petteri Putkiranta kommentoi Journalistissa maksumuurin onnistumista.

”En kommentoi, paljonko maksumuuri on tuonut rahaa. (...) 42 prosenttia *Hesarin* asiakkaita maksaa digitaalisista sisällöistä. Mainonnan tuottoihin muuri ei ole vaikuttanut.”

Liikevaihdot ja ansaintalogiikat huolettavat siis useita alan tekijöitä, ja tilanteeseen tulisi löytää ratkaisuja pikaisesti. Kuluja karsitaan kaikkialla, mikä näkyy konkreettisesti esimerkiksi lukuisina yt-neuvotteluina, joita on käyty ympäri Suomea eri kokoisissa mediataloissa. Yt:t ovat järkyttäneet eri mediataloja siinä mittakaavassa, että henkilöstösäästöjä pelätään siellä, minne yt:t eivät vielä ole iskeneet. Irtisanomiset ovat olleet näyttävästi esillä Journalistissa. Esimerkiksi vuoden 2012 syksyä kuvailtiin jopa synkäksi syksyksi, vaikka yt:t ovat jatkuneet eri mediatalosta toiseen vuoteen 2014 asti. Esimerkiksi Helsingin Sanomien yt-neuvottelut saivat Journalistissa paljon huomiota.

Yt-neuvotteluiden nähdään artikkelien perusteella olevan usein suoraan yhteydessä mediamyyntiin ja sen laskuun tai yleisemmin taloustilanteeseen. Mediamyyntin lasku taas on yhteydessä verkkoon siirtymisen kanssa. ”Verkko edellä” on usein kuultu lausahdus, ja yleensä se tarkoittaa positiivisesti mediatuotteiden kehittämistä uudempaan suuntaan. Kuitenkin printtimediaan kohdistuu paineita verkkoon siirtymisen ja digitalisoitumisen johdosta, unohtamatta tuotannollisia syitä sekä toiminnan kehittämistä. Nämä ovat yleisiä perusteluja yt-neuvotteluille. Syy on myös vieritetty lehtien korkean arvonlisäveron niskaan, joka on laskenut myyntiä, ja nyt siitä saavat kärsiä työntekijät. Tämä käy myös ilmi sitaateista.

”Yleinen taloustilanne, erityisesti mediatalouden näkymät – lehtien supistuvat levikit ja kutistuvat mainostulot – sekä median murros pakottavat karsimaan kuluja ja

organisoimaan töitä uudella tavalla. Tämä on yritys viedä Hesari uuteen aikaan. Sitä tarkoittavat esitetyt tavoitteet hallita ”johtavia monikanavaisia kuluttajamedioita” ja ”kasvavia digitaalisia toimintoja”.” (Lappalainen, Markku 13/2013.)

”Mediamailmassa eletään nyt haastavia mutta kiinnostavia aikoja. Meidän täytyy yrityksenä uudistaa toimintaamme vastaamaan muuttuneeseen markkinatilanteeseen.” (MTV3:n toimitusjohtaja Heikki Rotko Manu Marttisen haastattelussa 10/2013.)

Tähän Journalistin toimittaja Manu Marttinen kommentoi:

”Yleensä *markkinatilanteeseen vastaaminen* tarkoittaa väenvähennyksiä.”

”Kun katsoo tulevaisuutta voi todeta, että yt:t olivat välttämätön toimenpide eikä ennenaikaisuudesta voi puhua. Pyrimme arvioimaan tulevaisuutta vähintäänkin realistisesti ja toimimaan sen mukaisesti, vaikka näkymät nyt antavat aihetta jopa pessimismiin. (...) Neuvottelujen tavoitteena oli toiminnan uudelleenjärjestely yhtiön tulevaisuuden menestyksen varmistamiseksi. (...) Alan murros on iso ja vauhti nopea. Niin lehti- kuin mediamyynnin näkymät ovat haastavat. Printtimediaan kohdistuu monenlaisia paineita, jotka toteutuessaan (alvin lisäksi) vievät miljoonia, niin meiltä kuin muiltakin kustantajilta. Tähän muutokseen on sopeutettava sisällön tekemisen kustannukset, mutta samalla pitää säilyttää nykyinen portfolio laadukkaana ja kehittää uutta, kannattavaa liiketoimintaa. Se on vaativa yhtälö.” (Otavamedian toimitusjohtaja Alexander Lindholm Markku Lappalaisen ja Meri Valkaman jutussa 2/2012.)

”(...) Tilattaville sanomalehdille tullut arvonlisävero on lisännyt media-alan epävarmuutta.” (TS-Yhtymän toimitusjohtaja Mikko Ketonen Meri Valkaman haastattelussa 17/2012.)

”Osasin jo odottaa, että syksyn yt-flunssa tarttuu muista taloista.” (Lehtiyhtymän toimittajien konserniluottamusmies Veijo Eronen Janne Salomaan 18/2012 mukaan.)

Huoli kohdistuu samalla journalismin laatuun: Kuinka voidaan säilyttää sisällön tuottamisen taso, jos väki vähenee?

”Yt-neuvottelujen taustalla on myös Ylen uusi strategia, jonka kärkiä ovat mediakäytön muutokseen vastaaminen verkko edellä ja kumppanuudet. (...) Työntekijät ymmärtävät tarpeen siirtyä enenevästi verkkoon, mutta ovat huolissaan sinne tehtävän journalismin laadusta säästöpainneissa.” (Erho, Nina 11/2014.)

”Toiminnan kehittäminen pitäisi olla jatkuvaa median nykyisessä kovassa muutosvaiheessa. Yt-neuvottelujen kautta tapahtuvat muutokset tuovat mukanaan kuitenkin paljon negatiivisia puolia. Iltalehdessä ihmiset ovat tiukilla jo nyt. Uudistus- ja kehitystyötä pitäisi tehdä jatkuvasti yhdessä henkilöstön kanssa.” (Iltalehden pääluottamusmies Juha Keskinen Manu Marttisen mukaan 21/2012.)

Artikkeleista käy ilmi, että irtisanomiset ympärillä ovat aiheuttaneet työntekijöissä pelkoa työnsä menettämisestä, ahdistusta työnsä menettäneiden puolesta samoin kuin turhautuneisuutta erinäisistä syistä. Samalla työilmapiiri kärsii. Esimerkiksi Sanomalehti Keskisuomalaisen toimitusosasto (15/2013) pahoitti mielensä siitä, että irtisanomisten alla Keskisuomalaisessa päätettiin jakaa lisäosinkoja.

”Olemme kokeneet lehtialan murroksessa olevamme samassa veneessä, olipa kyse mediakonsernin omistajista tai työntekijöistä. Nyt tämä yhteisen ponnistelun tunne on kokenut vakavan takaiskun, ja Keskisuomalaisen henki on kärsinyt. (...) Katsomme, että yhteiset ponnistelut media-alan murroksesta selviämiseksi edellyttävät kaikilta paitsi venymistä myös säästäväisyyttä.”

Journalisti-lehdessä puhuttiin negatiiviseen sävyyn säästöistä ja markkinoista myös kun kyse oli journalismin rahoituksesta, arvonlisäverosta ja lehdistötuesta. Muun muassa maksumuuri on otettu käyttöön joidenkin medioiden verkkosivuilla yrityksenä kompensoida printissä menetettyjä tuloja ja taistella ilmaista verkkotarjontaa vastaan. Aina tulokset eivät kuitenkaan ole olleet tarpeeksi hyviä. Tuloja on saatava Journalistissa julkaistujen juttujen mukaan muualtakin. Lontoon yliopiston professori ja The Guardianin kolumnisti Roy Greenslade (Panu Hietanevan mukaan 18/2012) katsoo, että journalismi on siinä tilassa, että se on pelastettava. Maksumuurit eivät toimi riittävän hyvin. Sen sijaan tulisi etsiä julkista rahoitusta journalismille.

”Meidän täytyy pelastaa journalismi, koska internet ei sitä tee. (...) (M)aksumuuri eli käyttöön perustuva tilausmalli ei ole tuonut lehtitaloille niin suuria tuottoja kuin monet ovat odottaneet.”

Sanna-Kaisa Hongisto (04/2014) kritisoi nykyistä, vanhanaikaista journalismin rahoitusjärjestelmää ja kokee, että uusia keinoja avustaa rahallisesti laatujournalismin elämistä täytyy etsiä nopeasti.

”Eiköhän perusteta Suomen Journalismirahasto uhanalaisen journalismin pelastamiseksi! (...) Kuinka moni lahjoittaisi? Välttämättä ei kovin moni, koska lukijan näkökulmasta media-alan kriisi ei ole vielä riittävän syvä. (...) Kaupallisen journalismin vanha ansaintalogiikka ei yksinkertaisesti enää toimi. Kukaan ei ole keksinyt, miten hyvä journalismi maksatetaan myös tulevaisuudessa lukijoilla ja mainostajilla. (...) ”Uusia rahoitusmuotoja tarvitaan pian ennen kuin osaajat uupuvat ja häipyvät alalta.”

Journalistin perusteella Suomessa on puhuttu lehdistötuesta ja arvonlisäveron laskemisesta. Elina Grundström (15/2013) kritisoi liian korkeaa arvonlisäveroa samoin kuin lehdistötuen lahjoittamista väärin osoitteisiin. Grundström on sitä mieltä, että mahdollista lehdistötukea pitäisi myöntää uusille ja yksilöllisille lehdille monipuolisen tarjonnan kattamiseksi ja uusien lehtien synnyn helpottamiseksi sen sijaan, että pörssiyhtiöt hyötyisivät siitä.

”Isot mediatalot ovat vihdoinkin saaneet ministerit ymmärtämään, että suomenkielinen media on kriisissä. Lehdistötuen uudistamisesta tehdään pikaselvitystä. Vaarana on, että kaikki uudet tuet menevät vanhoille lehtitaloille ja että niillä pönkitetään enemmän pörssiyhtiöiden taloutta kuin sananvapautta. Lehdistötukien tarkoitus on varmistaa, että yhteiskunnallinen keskustelu on monipuolista. Nykymaailmassa se ei toteudu tukemalla vain kutistuvia sanomalehtiä, jotka tekevät yhä enemmän sisältöyhteistyötä.”

Grundström (07/2013) paheksuu etenkin digijulkaisuihin kohdistuvaa liian suurta arvonlisäverotusta. Mediatalot eivät Grundströmin mielestä ole kiinnittäneet tarpeeksi huomiota digitaalisiin julkaisuihin, vaan keskittyivät paperilehtien ALV:ia (10 %) vastaan taisteluun. Digitaaliset julkaisut joutuvat edelleen kärsimään tästä.

”Yleisö on alkanut maksaa verkkosisällöistä. Media voi vielä pelastua. Kaikki olisi hyvin, elleivät mediapomot olisi niin iloisia veronmaksajia. (...) Jos he olisivat tosissaan uskoneet sähköisen median läpimurtoon, he olisivat keskittyneet verkkojulkaisuista maksettavaan 24 prosentin arvonnäveroon. (...) Median murros on verotettu kuoliaaksi ennen kuin se on ehtinyt kunnolla edes alkaa.”

Myös Pasi Kivioja (02/2014) on sitä mieltä, että pelkästään lehdistötuki ei ole ratkaisu ongelmaan, vaan valtion katse tulisi siirtää arvonnäverotuksen laskemiseen.

”Lehdistön kannattavuusongelma ei kuitenkaan poistu tukiaisilla. Printtilehtien levikit pienenevät ja mainonta siirtyy digimurroksen takia verkkoon väijäämättömästi ilman korotuksiakin. (...) Jos hallitus haluaisi osoittaa todellista auttamishalua medialle, sen pitäisi pudottaa roimasti digilehtien arvonnäveroa nykyisestä 24 prosentista. (...) Alennettu digi-alv pitäisi ulottaa myös ilman printtiä toimiviin journalistisiin verkkojulkaisuihin, joille vapautuu nyt osaavaa työvoimaa isoista mediataloista sankoin joukoin.”

Journalismin rahoitus on aiheuttanut paljon negatiivisen sävyistä puhetta Journalistin sivuilla. Yleinen mielipide on, että uusia ratkaisuja rahoittamiseen on keksittävä. Painopisteen siirtyessä digitaaliseen mainonnan, yleisöjen tavoittamisen ja julkaisukanavien kehittämisen suhteen, myös journalismin piirissä työskentelevien täytyy miettiä, kuinka kehittää ansaintamalleja kannattavaan suuntaan. Juttujen perusteella toimituksissa vallitsee pelon ilmapiiri tulevaisuuden ja työpaikkojen suhteen. Taloudellinen tilanne samoin kuin verkon kasvava merkitys ovat ajaneet mediatilat järjestelemään toimituksiaan uudelleen. Useiden työpaikat ovat olleet uhattuina ja mahdollisesti ovat sitä myös tulevaisuudessa. Seuraavaksi tarkastelen negatiivisen sävyisiä kirjoituksia sisältöalateeman kautta.

5.1.2 Mitä käy sisällöille?

Toiseksi eniten negatiivisen sävyisiä juttuja esiintyi liittyen journalistiseen sisältöön. Lehtiudistukset, konseptoidummat alustat, digitaaliset kanavat ja muun muassa pelko laadun heikkenemisestä ja sisällön viihteellistymisestä ovat aiheita, jotka puhuttivat Journalistissa.

Huoli sisällöistä liittyy osaltaan jatkuvan voitontavoittelun vaatimukseen. Osakkeenomistajat vahtivat tuloksia, mikä närkästyttää media-alan työntekijöitä. Mainostajilta saadut tulot ovat edelleen tärkeä osa ansaintalogiikkaa, ja joskus herää pelko talouden ohjaamasta journalismista. Uuden mediamaiseman aikana markkinoita ja ansaintamalleja yritetään uudistaa. Tämä aiheuttaa paineita suuntaan jos toiseen. Markku Lappalainen (21/2012) kritisoi talouden ohjaamaa mediaa ja kokee kaupallisuuden voimistumisen uhkana.

”Suomessakin median tulevaisuutta ohjataan enemmän talouden ehdoilla ja sisällön kustannuksella – asialla ovat useammin ekonomit kuin journalistit. Viime aikojen yt-neuvotteluissa on tavoiteltu journalistien työn uudelleenjärjestelyitä, mutta tekijöille ei juuri ole kerrottu, miten leikkauksilla tehdään parempaa ja enemmän. (...) Kaupallisen otteen voimistuminen ja tuloksenteon ylikorostaminen uhkaa ohjata myös journalismin markkinaehtoisen suuntaan: mainostajien liehittelystä ei ole pitkä matka ”ikävien uutisten” välttelyyn, tekstimainonnan houkuttavuus kasvaa ja aihevalinnan perusteet muuttuvat, jos toimitustyötä ryhdytään ohjaamaan laskutikulla.”

Kauppalehden uutispäällikkö Mikko Metsämäki (10/2013) kommentoi printtilehtiä ja kritisoi sitä, ettei konseptoiduissa nykypäivän lehdissä jää varaa mielikuvitukselle.

”Lehdistä tulee yhä konseptoidumpia. Moderni lehti uudistus tarkoittaa sitä, että lehden jokaiselle sivulle rakennetaan liuta juttukonsepteja, jotka toistuvat sanamuotoisena numerosta toiseen. (...) Kääntöpuoli on se, että lehdistä tulee yhä yllätyksellisempiä. Olen törmännyt useassa lehdessä ilmiöön, että hyvät juttuideat jäävät toteuttamatta, koska ne eivät istu mihinkään lehden juttukonsepteista.”

Helsingin Sanomat oli ensimmäisten suurten lehtien joukossa siirtymässä tabloid-versioon vuonna 2013. Hämmennys uudistuksesta näkyi Journalistissa. Juhani Pajunen (8/2012) pelkäsi lehti uudistuksen tappavan laadun.

”Maamme sanomalehdistö seisoo historiallisten muutosten kynnyksellä. Suomalaisen laatulehdistön ”grand old dame” Helsingin Sanomat on siirtymässä tabloidiformaattiin ensi vuoden alussa. (...) Kustantajien mainospuheissa muutoksen on vakuuteltu lopettavan levikkilaskun, tekevän julkaisusta vaivattomammin luettavan ja

helpottavan lehden siirtämistä tabletilaitteille. Pelkään kuitenkin pahoin, että muodonmuutoksen lopputuloksena syntyvä tabloidi-tuote on journalistisesti köyhempi kuin broadsheet-isoveljensä. (...) Tabloidiin siirtymisellä on kaksi merkittävää haittaa, joista toinen on sisällön määrän väheneminen. (...) Toinen haitta on juttujen lyheneminen.”

Laadusta on keskusteltu tabloidin lisäksi myös verkkoon siirtymisen yhteydessä. Työtahti on kiihtynyt, sillä sisältöä pitää syöttää verkkoon yhä nopeammalla tahdilla. Kari Kuukka (11/2012) kritisoi lehdistön toimintastrategiaa murroksen keskellä. Kiire näkyy toimituksissa. Lisäksi kasvava kysyntä verkkovideoille yhdistettynä kiireeseen näkyy Kuukan mukaan suoraan laadussa.

”Nopeus on valttia uutiskilpailussa. Joten kirjoitetaan jutut valmiiksi etukäteen, niin saadaan ne sitten nopeasti ulos. (...) Pannaan pystyyn oma ”dokumenttikanava” ilmaisista Youtube-videoista (...). Ei, yllä oleva ei ole parodiaa. Se ei ole edes liioittelua. Jokainen esimerkki on todellinen, yhdestä ja samasta julkaisusta noin vuoden ajalta poimittu.”

Myös Hanna Rusila (11/2013) kertoo kolmessa Pohjoismaassa tehtyyn, journalistiliiton jäseniin kohdistuneen tutkimukseen pohjaten, että verkkojulkaiseminen lisää virheitä. Luottamus journalismin laatuun rakoilee kiireen aiheuttamien virheiden vuoksi. Tutkimus paljastaa, että 83 prosenttia vastaajista koki, että verkkosisältöjä tehdään liian nopeasti ja laatu kärsii. Etelä-Suomen Sanomien verkkotoimittaja Antti Mäntymaa toivoisi, että sisältöön panostettaisiin nopeuden kustannuksella.

”Verkkjournalismissa eletään toistaiseksi jonkinlaista murrosvaihetta. Hapuilua esiintyy, kun nopeus korostuu liikaa. Tulevaisuudessa laatuun ja sisällöllisiin seikkoihin toivottavasti panostetaan eri tavalla.”

Roy Greenslade ”(...) on huolissaan siitä, että journalismin sisältö viihteellistyy ja laadukkaan journalismin määrä vähenee.” (Hietaneva, Panu 18/2012.) Manu Marttisella (04/2014) sen sijaan on huoli nykypäivän suomalaisesta kuvajournalismista. Sisällöstä, eli uutiskuvista, on pulaa muun muassa julkaisukanavien ulkoasun ja samalla kuvakulttuurin muutoksen vuoksi.

”Vuoden Lehtikuvat 2013 -kilpailussa näkyy kuvajournalismin muutos. Aitoja uutiskuvia oli tarjolla entistä vähemmän. (...) Tuomariston tiedotteen mukaan journalismin henkilöityminen ja sanomalehtien aikakauslehtimäistyminen ja kenties myös freelancereiden sopimustilanne ovat muuttaneet Suomen kuvajournalistista kulttuuria. Tiedonvälityksen kannalta alkaa olla jo huolestuttavaa, että uutiskuvauksen kulttuuri ohenee ohenemistaan (...).”

Kiire ja viihteellistyminen huolettavat alan tekijöitä. Jatkuva tarve saada juttuja nopeasti julki verkkoon pakottaa toimittajan ja kuvaajan työskentelemään entistä tehokkaammin. Yleisöt ovat viime vuosina tottuneet saamaan jatkuvalla syötöllä ajankohtaista informaatiota. Jos jokin palvelu ei sitä tarjoa nopeasti, tieto saadaan hyvin helposti muualta. Tällöin juttujen tarkistamiseen ja kuvausten suunnitteluun jää vähemmän aikaa.

5.1.3 Freelancereiden työehtoasiat

Vakituiset toimittajat pelkäävät työpaikkojensa puolesta, mutta freelancereiden ei tarvitse irtisanomisista murehtia. Freelancereilla on kuitenkin omat painavat huolensa, jotka juontavat juurensa mediatalojen säästöpolitiikkaan. Monissa toimituksissa freelancereiden käyttöä on vähennetty (jolloin toimituksen oma väki joutuu tekemään yhä enemmän yhä vähemmän ajassa). Erityistä päänvaivaa monille freelancereille aiheuttavat etenkin avustajasopimukset.

Myös Journalistissa on käyty paljon keskustelua viime vuosien aikana freelancereiden avustajasopimuksista, joissa esimerkiksi kuvajournalisteilta vaaditaan kaikkia oikeuksia kuviin ilman riittävää rahallista korvausta. Silti kaikki vastuu sisällöstä säilyy tekijällä. Samalla mediatalojen kuvapankit kasvavat ja kuvien levittäminen talon eri medioiden välillä on helpompaa ilman lisäkorvausten uhkaa. Nykyään mediatalot ovat kasvaneet ja mediakenttää hallinnoivat yhä enemmän mediajätit, jotka omistavat useita lehtiä ja muita julkaisukanavia. Esimerkiksi kuvat voivat levitä nykyään laajallekin, eikä tieto tästä välttämättä edes kantaudu tekijän tietoon. Monet toimittajat ja etenkin kuvaajat ovat kieltäytyneet allekirjoittamasta niin kutsuttuja riistosopimuksia.

Kari Kuukka on kommentoinut avustajasopimuksia useampaan otteeseen. Kuukka (3/2013) kirjoittaa esimerkiksi Sanoma Magazinesin ja Sanoma Newsin avustajasopimuksista tiukkaan

sävyyn, ja jäljempänä Kuukka Kuukka (11/2012) kritisoi lehdistön toimintaa murroksen keskellä koskien työsuhteita ja sopimuspakkoa.

” (...) kaikki oikeudet, ei lisäkorvauksia, vastuut teille ja me emme neuvottele. (...) Kustantajien selitykset siihen, miksi sopimuksia pitää saada allekirjoitettuna juuri nyt, vaihtelevat, mutta pari teemaa toistuu. Ensimmäinen väite on: Meillä menee huonosti, ala on kriisissä. Sen näkee jokainen: yt-neuvotteluja on vähän joka talossa, lehtitalojen edustalla oli viime kesänä mielenosoituksia, laskevia levikkejä ja mainostulojen siirtymistä muualle. (...) Talojen voitot tosin pysyvät huomattavina... Tämä ei ole enää ”kriisi” vaan rakennemuutos. (...) Toinen väite on: Me emme tiedä mitä on tulevaisuus, mutta meidän pitää varautua siihen. (...) Tulevaisuuden media toimii ennen kaikkea verkossa ja sitä katsellaan enenevässä määrin tableteissa. Tehdään kokonaisuuksia, sarjoja ja multimediaa, jotka koostuvat visuaalisista elementeistä – varmasti usein kuvista arkistojen kätköistä koottuna. Globaalisti jaeltuna.”

”Olen mielenkiinnolla seurannut lehdistömme strategiaa ja toimia käynnissä olevassa murroksessa. Muutos vaatii luovia ratkaisuja – alla niistä muutama. Luovutaan työsuhteisista ja keskitytään täysin freetyövoimaan tai ttt-ihmisiin. (...) Freelancer valitaan hinnan mukaan. (...) ”Lukijan kuvat” ovat hieno keksintö. Ei sinänsä haittaa vaikka niissä ei olisi mitään sisältöä ja ne ovat pikselimössöä (...). Lukijan kuvat ovat ylivoimaisia: ne ovat ilmaisia – tai maksavat ehkä leffalipun? (...) Koska ala on totaalissa kaaoksessa, kiristetään sopimuksilla kaikki oikeudet, mitä nyt ja tulevaisuudessa voidaan tekijöiltä ottaa.”

Nimetön kirjoittaja (05/2014) kritisoi Iltalehden kuvaaja-avustajilleen toimittamia, kirjoittajan mielestä kohtuuttomia avustajasopimuksia, joissa vaaditaan nopeaa toimintaa tekijältä, videota stillien lisäksi ja kaikki oikeudet luovutetaan ostajalle.

”Kyllä me freelancerit ymmärrämme median murroksen ja ansaintalogiikan ratkaisemattoman yhtälön. Tiedämme, että mediatalojen pitää säästää. Jossain kohtaa on kuitenkin kysyttävä, kuinka kauan ammattitaitoiset avustajat tekevät töitä ehdoilla, jotka eivät tarjoa elantoa eivätkä salli työn tekemistä laadukkaasti. (...) Ehkä me pakenemme yksi kerrallaan sinne, mistä elannon vielä saa ja meitä kohdellaan tasaveroisena osana toimitusketjua.”

Heikki Jokinen (18/2012) katsoo, että digitaalisena aikana freesopimuksissa tekijänoikeuksista tulisi keskustella uudestaan, kun sisällöt leviävät kanavasta toiseen. Korvauksissa tulisi näkyä, kun tekijä on luovuttanut kaikki oikeudet ostajalle.

”Viestinnän keskusliiton VKL:n lausunnon keskeinen viesti on, että tekijänoikeusajattelu tulee uusia digitaalisessa maailmassa. Koska uudet tuotteet eivät tuota ja oikeuksia on hankala hallita, tekijöiden tulee luopua oikeuksistaan ilman lisäkorvauksia. Tilannearvio ja perushuoli on oikea: digitaalisuus muuttaa mediamaailman. Tekijät kantavat samaa huolta. Olisiko kuitenkin yhteistyö ja sopiminen murroksen kohtaamisesta parempi tapa kuin ”kaikki meille ja heti”-ajattelu?”

Avustajasopimukseen ei ole vielä löytö ratkaisua, mikä miellyttäisi myös tekijöitä ostajien lisäksi. Asiasta ei kuitenkaan enää käydä yhtä kiivasta keskustelua.

5.1.4 Yleinen huoli tulevaisuudesta

Journalistin sivuilla esiintyi runsaasti yleistä huolta tulevaisuuden näkymistä. Onko töitä tarjolla tai missä muodossa? Voiko journalistisessa työssä vielä viihtyä? Onko journalismia sellaisena kuin me sen tunnemme jäljellä? Kuoleeko printti? Teknologiset muutokset alalla aiheuttavat myös epävarmuutta tulevaisuuden journalismin muodosta ja hengissä pysymisestä. Lisäksi ne aiheuttavat paineita jatkuvasta oppimisesta.

Karo Hämäläinen (14/2013) haastatteli pitkän mediayrittäjän uran tehnyttä Eero Lehteä mediamaailman tulevaisuuden näkymistä. Hämäläinen kertoo, että Lehti vertaa media-alan murrosta hevosiin ja autoihin, nimittäin kun autot yleistyivät, ei hevosankkureille löytynyt enää käyttöä. Hän pohtii, mahtaako nyt olla meneillään mediayhtiöiden suurharvennus, jossa innovaatiot tekevät vanhat tavat tarpeettomiksi. Lehti näkee tulevaisuuden uhkaavana:

”Olen erittäin huolestunut suomalaisen mediamaailman tulevaisuudesta. En tiedä kuinka siitä pelastaudutaan. (...) Ne jotka ajattelevat, että tässä vain sanomalehti menee nettiin, ovat täysin väärässä. Mietin, katoaako tämä bisnes kokonaan.”

Murros ja huoli tulevaisuudesta ei ole pelkästään Suomen ongelma vaan globaali, ja Ruotsissa pohditaan täsmälleen samoja kysymyksiä alalla pärjäämisestä. Jens Finnäs (01/2013) vieraili Ruotsin Journalistiliiton järjestämässä tulevaisuuskongressissa, joka pohti journalismin ja journalistien tulevaisuutta. Finnäsin mukaan vuosi 2012 on ollut hyvin ankea Ruotsin sanomalehdissä, ja toimituksista jouduttiin tekemään säästöjä muun muassa karsimalla 500 työpaikkaa. Lisäksi toimituksia on keskitetty.

”Tilaisuus olisi yhtä hyvin voinut olla kriisikokous. Paikalla oli lähes kaksisataa toimittajaa pääkaupunkiseudun suurista lehdistä ja pienistä maakuntalehdistä. Kaikki pohtivat, voiko journalismilla enää tienata rahaa. (...) Digitaalisen strategian luomisessa ruotsalaiset sanomalehdet eivät ole onnistuneet. Vain Aftonbladet on tehnyt positiivista tulosta nettipalvelullaan.”

Huoli työpaikoista on syvä myös suomalaisissa toimituksissa. Jessika Aro (16/2012) kuvailee tuntemuksiaan yt-neuvotteluiden aikoina:

”Kun kollegoiden – niiden tuntemattomienkin – työpaikka ja toimeentulo ovat uhattuna, minussa herää huoli paitsi ammattikunnan, myös koko alan tulevaisuudesta. Samalla muistan omat ahdistavat kokemukseni työn loppumisen pelosta.”

Markku Lappalainen (15/2012) kirjoittaa nuoren kollegansa tunnontuskista saadessaan vakituisen työpaikan toimittajana, mikä tuntuu nykyään olevan enemmänkin poikkeus kuin sääntö. Työpaikkoja vähennetään jatkuvasti, joten huoli tulevaisuudesta on aiheellinen. Talous ja teknologiset muutokset alalla aiheuttavat päänsäivä monelle.

” ’Kaikki opiskelukaverit ja muut tuntemani nuoret journalistit voivat vain haaveilla vakiduunista’, hän pohti suorastaan syyllinen sävy äänessään. (...) Pohdiskelun taustalla on myös huoli koko ammatin tulevaisuudesta: miten käy journalismin talouskriisin ja teknologian murroksen ristiaallossa? (...) (Jyrki) Jyrkiäinen ja (Ari) Heinonen luovat silmäyksen siihen, mitä toimittajat ajattelevat omasta

tulevaisuudestaan. Eikä näkymä ole häävi: taloudellinen epävarmuus ja teknologian tuoma ammattikuvan muutos nakertavat journalistien uskoa tulevaisuuteen. Keskeinen huoli on, miten tuottaa laatujournalismia pakkotahdilla, kun asioihin keskittymiseen on yhä vähemmän aikaa. Saman mitalin toinen puoli on huoli siitä, että ammattikunnan eettisten periaatteiden noudattaminen vaarantuu kiireen ja kasvavien ulkoisten paineiden vuoksi. Huoleen on aihetta. Enemmän (sisältöä ja laatua) vähemmällä (työvoimalla) on epätoivoinen yhtälö, joka se on ollut kaikissa toimituksien henkilöstöleikkauksiin päätyneissä mediatalojen saneerauksissa.”

5.2 Neutraali kehys

Luokittelin murrosta käsittelevät tekstit säilyttään neutraaleiksi, jos niissä ei esiintynyt sen suurempaa tunnetta tai selkeitä kannanottoja puoleen tai toiseen. Neutraaleiksi luokittelemisani jutuissa kerrottiin yksinkertaisesti, kuinka asiat ovat. Neutraalien juttujen yhteydessä ei käytetty vahvoja sanavalintoja. Teksteissä yksinkertaisesti kerrotaan murroksesta ja siitä, miten murros näkyy mediassa ja miten se on muuttanut alaa. Neutraaleiksi luokittelemiani juttuja esiintyi vähiten Journalisti-lehdessä (19 %), mutta ero positiivisiin teksteihin ei ollut lukumäärällisesti kovin suuri.

Jaoin neutraaliin kehykseen sijoittamani jutut kahteen alateemaan tekstien sisällön perusteella. Suuremmaksi teemaksi nousivat jutut, jotka liittyivät tekemisen tapoihin. Näissä puhe keskittyi usein työskentelyn, kehittymisen, brändäämisen ja teknologisen kehityksen ympärille. Toinen alateema neutraalin kehyksen alla on markkinat ja julkaisukanavat.

5.2.1 Tekemisen tavat

Tekemisen tavat viittaavat kaikkeen, mikä on muuttunut, on muuttumassa tai tulee muuttumaan murroksen vuoksi journalistisessa työssä. Ala elää koko ajan, ja toimittajien ja kuvaajien täytyy pysyä mukana kehityksessä. Teksteistä käy ilmi, että itsensä esille paneminen ja erottautuminen on tärkeämpää kuin aiemmin. Teknologisen kehityksen myötä on opittava käyttämään koko ajan uusia työkaluja ja hallittava niitä taitavasti. Samalla tekniikka muuttaa entisiä työskentelemisen tapoja.

Rosa Kettumäki (2/2012) pohtii kirjoituksessaan sitä, kuinka koulutus ei tahdo pysyä nopeasti kehittyvän alan vauhdissa mukana. Kettumäen mukaan parasta opetusta saa itse alalla työskenteleviltä, sillä journalismia ammatikseen opettavien tiedot ja kokemukset alalta eivät välttämättä ole täysin ajan tasalla.

”Tiedetäänkö kouluissa mitä alalla tapahtuu? (...) Opettajan pitäisi myös tietää, mitä alalla tapahtuu juuri nyt. Tai oikeastaan osata ennustaa, miten ala muuttuu.”

Kouluilla on siis yhtä suuri, ellei jopa suurempi, tarve kehittyä kuin yksittäisten media-alan ammattilaisten. Mitä enemmän ajan hermoilla oppilaat ovat valmistuessaan, sitä paremmat eväät heillä on työskennellä ja jopa kehittää uutta päästessään alan töihin.

Muutamassa jutussa keskityttiin myös kuvajournalismin muutokseen. Manu Marttinen (09/2013) kommentoi muutosta uutiskuvassa valokuvaamisen suosion kautta.

”Uutiskuvauksen luonne on muuttunut nopeasti. Muutos näkyy myös Vuoden lehtikuva -kilpailussa, sillä Suomen Lehtikuvaajat avaa Vuoden Uutiskuva -kategorian suurelle yleisölle.”

Myös ammattikuvaajien keskuudessa työskentelemisen tavat ovat muuttuneet vuosien aikana. Panu Hietaneva (19/2012) kirjoittaa Journalistissa, kuinka nykyään moni valokuvaaja laajentaa osaamisalueitaan. Valokuvaajaksi.fi-sivustoa ylläpitävän työryhmän jäsen kuvailee tilannetta seuraavasti:

”Valokuvauksen kenttä on murroksessa, harva kuvaaja keskittyy enää vain yhteen valokuvauksen osa-alueeseen. Sivustolle on tulossa lisää sisältöä muun muassa mainoskuvauksesta ja taidevalokuvauksesta.”

Ari Lahdenmäki (07/2013) sen sijaan kertoo, kuinka Alman kulttuuritoimitukset yhdistyivät marraskuussa 2012 ja kuinka kulttuuritoimitusten kokoja on supistettu.

”(Markus) Määttäsen mielestä journalismi käy läpi historiansa suurinta muutosta: on keksittävä, miten verkosta saadaan taloudellisesti kannattava julkaisualusta. (...) Muutos ei voi tapahtua ilman, että tekemisen tavassa ja työsuhteissa tapahtuu

muutoksia. (...) Mahdollisesta kyynisyydestään huolimatta Määttänen uskoo selvästi siihen, että tehokkuudella ja laadukkaalla journalismilla on kysyntää tulevaisuudessa.”

Teknologiset muutokset alalla ovat pakottaneet media-alan työntekijät opettelemaan uusien työkalujen käyttämistä. Jotkut kokevat sen innostavana, toiset painostavana ja pelottavana. Niku Hooli (09/2013) katsoo, että teknologia ja uudet tavat toimia voivat tuoda paljon lisää ja hyvää työskentelyyn. Myös jäljempänä Pekka Pekkala (Jaakko Kilpeläisen mukaan 06/2013) kokee uusien työkalujen hallitsemisen tärkeänä.

”(T)oimittajien omassa suhtautumisessa ja asenteessa uusia työvälineitä kohtaan olisi edelleen aika paljon parantamisen varaa.”

”Mahdollisuuksia menestykseen parantaa varmasti tieto uusista työkaluista.”

Johanna Vehkoo (08/2013) haastatteli juttuunsa The Guardianin uudistusta johtanutta digitaalisen journalismin asiantuntijaa Emily Belliä digitaalisuuden merkittävytydestä. Bell korostaa digitaalisuuden tärkeyttä ja mobiilia, ja on sitä mieltä, että tekemisen tavat on kokonaan uudistettava.

”Bellin mielestä toimittajien pitää oppia koodaamaan, koska he työskentelevät koodille rakennetussa ympäristössä. Heidän pitää ymmärtää, miten internet-palveluja toteutetaan.”

Tekemisen tavoista puhutaan Journalistissa paljon myös viitattaessa itsensä markkinoimisen ja luovuuden kasvavaan tärkeyteen. Esimerkiksi sosiaalinen media mahdollistaa uuden tavan olla esillä, levittää ajatuksia tai kuvia ja verkostoitua muiden kiinnostavien alan tekijöiden kanssa. Samalla oman brändin rakentaminen on helpompaa ja suotavaa.

Hanna Hyvärinen (03/2014) kuvailee muuttunutta tapaa olla esillä. Uusien kanavien ja yhä kovemman kilpailun vuoksi toimittajille asetetaan paineita markkinoida itseään. Itsensä brändäämisen tärkeys on kasvanut, ja näin tekemisen tavat ovat muuttuneet.

”Oma tuntumani kun on, että ollakseen uskottava ja pärjätäkseen kovassa kilpailussa pitäisi ryhtyä suoranaisiksi brändiksi, joka tavalla tai toisella erottuisi alati kasvavasta ammattilaisten massasta. (...) Kun kilpailu kiristyy ja ala käy yhä epävarmemmaksi, on entistä tärkeämpää erottua joukosta pärjätäkseen. Vanha hokema ”hyvälle on aina töitä” ei välttämättä enää päde. Jos hyviäkin on liikaa, pitää kuulua parhaisiin – ja osata tuoda se esille. (...) Sitten on vielä muutos, joka on meneillään koko alan tekemisen ja julkaisemisen logiikassa. Siinä missä tähän saakka omaa osaamista on tarvinnut markkinoida lähinnä lehtitaloille, vastedes yhä useampi toimittaja myy ehkä juttunsa suoraan lukijoille. (...) Vaikka itsensä ja juttujensa myyminen on ennen muuta freelancereiden huoli, täysin immuuneja markkinoinnin vaatimuksille eivät ole työsuhteiset toimittajatkaan.”

Veera Luoma-Aho pohtii tulevaisuuden skenaarioita Jaakko Kilpeläisen (06/2013) jutussa, joka käsittelee media-alan ammattilaisten tulevaisuuden työkalupakkia. Luoma-Aho katsoo, että brändääminen ja tekemisen muotojen laajentaminen auttavat pärjäämään alalla tulevaisuudessa.

”Vielä nyt mediakenttää hallitsevat suuret, vakaat mediakonsernit. Tulevaisuudessa ala on kiihkeällä tahdilla lukijoista ja mainostajista kilpaileva, freelancereiden, mediayrittäjien, tuotantoyhtiöiden ja nykyistä pienempien mediatalojen jatkuvasti elävä verkosto. Yhä useamman tulot eivät ole varmaa kuukausipalkkavirtaa vaan kertyvät pienistä puroista. Purot voivat tarkoittaa perinteistä avustajasuhdetta eri medioihin, mutta myös paljon muuta: puhumista, opettamista, kirjojen kirjoittamista, blogin mainostuloja, tapahtumien järjestämistä, stipendejä ja apurahoja, piipahduksia yrityksissä mediakonsulttina. (...) Parhaiten pärjäävät ne, joilla on erikoisosaamista ja vahva brändi. (...) Ne jotka kykenevät siihen parhaiten, itse luotu yleisö on kuin turvaverkko. Vahva brändi ja oma yleisö tuovat toimittajalle auktoriteettia, turvallisuutta, itsenäisyyttä ja hyvän neuvotteluaseman.”

Itsensä brändäämisen ja myymisen merkitys on siis kasvanut. Työntekijöiden on oltava esillä eri tavoin kuin ennen. Samalla juttujen perusteella näyttää siltä, että on entistäkin tärkeämpää hallita erilaisten ja teknologisen kehityksen myötä myös uusien laitteiden käyttö.

5.2.2 Markkinat ja julkaisukanavat

Markkinoista kirjoitettiin negatiiviseen sävyyn hyvin paljon, mutta jonkin verran aihepiiristä löytyi myös neutraalin sävyisiä juttuja. Artikkeleista käy ilmi, että journalismin markkinoiden muuttuminen ja siitä johtuvat säästöt ovat muuttaneet työskentelykulttuuria: vakituisen työsuhteen ohella myös yrittäjyyden arvostus on noussut. Vakittuiset työt journalistisella alalla ovat kiven alla taloustilanteen vuoksi, mutta pelkästään niiden saavuttamattomuus ei ole syy yrittäjyyden tavoittelemiseen. Enää ei riitä, että saa tehdä toimittajan työtä, vaan työn tulisi olla samalla kehittävää, hauskaa ja luovaa. Joistakin alan ammattilaisista tuntuu artikkelien perusteella, että nämä voi saavuttaa parhaiten omin neuvoin eikä suuressa media-talossa, jossa toiminnot ovat vakiintuneempia ja uuden kehittäminen on, jos ei hankalampaa, niin ainakin hitaampaa. Kyseessä voi olla myös jonkinlainen työskentelykulttuurin muutos. Työssä halutaan viihtyä siinä määrin, että työuran aikana toimenkuvat ja erilaiset projektit saattavat vaihtua hyvinkin paljon.

Jaakko Kilpeläinen (10/2013) kertoo jutussaan siitä, kuinka yrittäjäkulttuuri on nousussa media-alalla, vaikka ennen haviteltiin vain vakituisia työpaikkoja. Kilpeläinen haastatteli neljää entistä lehden päällikköä syistä omille teille lähtöön: Ville Blåfieldia (B), Heidi Hammarstenia (H), Matti Lintulahtea (L), ja Mikko Nummista (N).

B: ”Bisneksen vaikeuduttua taloudellisista tavoitteista on tullut keskeisempiä. Muutoksessa on paljon tervettä, mutta journalisti voi kokea sen epämiellyttävänä.”

”Matti Lintulahti sen sijaan nimeää yhdeksi motiivikseen lehtialan heikot näkymät. Hän perusti kesällä yrityksen kahden muun entisen mediapomon kanssa.”

H: ”Johtaminen on raskasta tilanteessa, jossa agendalla on vain säästämistä ja uusia saneerauskierroksia.”

N: ”Tämä niin kutsuttu joukkopako liittyy yrittäjäkulttuurin nousuun. (...) Se voi liittyä myös yleiseen arvomuutokseen, jossa korostuvat omat unelmat ja halu saada asioita aikaan.”

Journalismin markkinat liittyvät myös journalismin rahoittamiseen. Median murrokseen yritetään reagoida erilaisilla toimenpiteillä, joiden avulla laadukas journalismi voisi olla myös kannattavaa. Janne Salomaa (01/2014) kirjoittaa siitä, kuinka Liikenne- ja viestintäministeriö asetti lehtiasian lautakunnan vuonna 2012 selvittämään, kuinka suomalainen media selviäisi murroksesta.

Joulukuussa 2013 neuvottelukunta esitti 18-osaisen toimenpide- tai pelastuspaketin. Ehdotuksiin kuului muun muassa ”mediayritysten yhteistyön tiivistäminen, määräaikainen valtiontuki sisällöntuotannon digitalisoitumisen helpottamiseksi, puhelinmyynnin salliminen tulevaisuudessakin ja mediakasvatuksen kehittäminen”. Journalistiliiton puheenjohtajaa Arto Nieminen kommentoi pakettia seuraavanlaisesti:

”(S)ekä lehtitilauksiin että digitaalisten lehtien myyntiin tulisi soveltaa alhaisinta mahdollista arvonlisäverokantaa. Myöskään mediateollisuuden omia toimia ei saa unohtaa. Yrityksillä on tässä kuitenkin suurin vastuu. (...) Uskon, että poliitikot ovat nyt pääministeriä myöten vilpittömän huolestuneita lehdistön tilanteesta ja haluavat tehdä jotain. Toinen kysymys on, mitä toimet sitten voivat olla tällaisessa taloudellisessa tilanteessa.”

Julkaisukanavat ja niiden muutos sekä kehittyminen puhuttivat myös Journalistissa neutraaliin sävyyn. Suomi tulee välillä hieman jälkijunassa median muutoksissa, mutta tämä tarkoittaa sitä, että muiden maiden virheistä ja ideoista voisi ottaa oppia.

Johanna Vehkoo (08/2013) haastatteli Emily Belliä digitaalisuuden merkittävydestä tänä päivänä ja tulevaisuudessa. Bell on Vehkoon mukaan nähnyt lyhyeltä etäisyydeltä journalismin kriisin etenemistä niin Britanniassa kuin Yhdysvalloissakin, joissa kummassakin on koettu suuria levikinlaskuja, lehtien kuolemia ja irtisanottuja toimittajia. Bell neuvoa, kuinka välttää samat virheet, kuin mitä muissa maissa on tehty.

”Suomalaisilla olisi kenties vielä aikaa välttää yleiset virheet (...). (...) Britit tekivät samaa kuin suomalaiset nyt: hankkivat uusia painokoneita (Alma), rakennuttivat uusia toimitaloja (Alma) ja tekivät formaattiuudistuksia, kuten lehden koon pienentämistä (Helsingin Sanomat ja moni muu). Mikään näistä toimenpiteistä ei ratkaissut lehdistön ansaintamallia eikä edistänyt innovaatiota. (...) Bell investoisi mobiiliin ja palkkaisi ihmisiä, jotka ajattelevat eri tavalla kuin perinteisessä mediassa on tapana.”

5.3 Positiivinen kehys

Noin neljännes (26 %) murrosta käsittelevistä jutuista oli sävyltään positiivisia. Positiivisen sävyisiä juttuja oli siis toiseksi eniten, vaikkakin huomattavasti vähemmän kuin negatiivisen sävyisiä. Luokittelussa auttoivat muun muassa teksteissä esiintyneet sanat, jotka viittasivat positiiviseen murroksen suhtautumiseen. Esimerkiksi seuraavat sanat ohjasivat tulkintaani sävyltään positiiviseen kehykseen: innostuminen, unelmointi, usko, mahdollisuus, menestyminen, tsemppaaminen, jännittävyys, vapaus, mukavuus, journalismin puolesta taisteleminen, hyvä tulevaisuus, uutuus ja piristäminen.

Puheet keskittyivät luovuuden tärkeyteen media-alan työskentelyssä, uusiin ansaintamalleihin ja tuoreisiin ja trendikkäisiin tapoihin tehdä toimittajan tai kuvaajan työtä. Suurin alateema positiivisen sävyisissä jutuissa oli yrittäjyys, innovaatiot ja markkinat. Loput jutut luokittelin asennemuutos-nimisen teeman alle. Joistain teksteistä paistoi nimittäin läpi viesti, ettei peliä ole menetetty murroksen vuoksi. Näissä jutuissa annettiin ymmärtää, että asenne ratkaisee.

5.3.1 Yrittäjyys, innovaatiot ja markkinat

Yrittäjyys on kovassa nousussa media-alalla, mikä kävikin jo hieman ilmi neutraalia kehystä tarkasteltaessa. Alalle on syntynyt Journalistin artikkelien mukaan etenkin pieniä firmoja viime vuosina. Toimittajat ja kuvaajat ovat kyllästyneet muuttuneisiin tekemisen tapoihin toimituksissa, jatkuvaan kiireeseen ja irtisanomisten pelkoon. Jotkut ovat joutuneet lähtemään irtisanomisten takia ja freelancerit ovat ärsyyntyneet avustajasopimuksiin, joissa ei ole neuvotteluvaraa. Toisaalta yrittäjyysbuumin takana voi olla myös into tehdä innovatiivista työtä samanhenkisten alan ammattilaisten kanssa, mihin toimitukset eivät aina pysty taipumaan tiukkojen konseptien ja vakiintuneiden tapojen ja tottumusten vuoksi. Pienissä yrityksissä on kenties helpompi kehittää uutta, kun aloittamaan päästään puhtaalta pöydältä.

Jarno Liski (16/2012) pohtii uutta suuntaa journalismille ja hyviä puolia murroksesta.

”Nuorena toimittajana minun pitäisi olla tulevaisuudesta huolissani. Alalta katosi 2009-2010 puolisen tuhatta työpaikkaa. Yt-vuosi 2012 näyttää hirveältä sekin. Olen kuitenkin alkanut uneksia paperinjälkeisestä lehdistöstä. Minun on vaikea nähdä syytä,

miksi mediatalojen pitäisikään selvitä hengissä paperilta verkkoon. (...) Voisiko journalismi selvitä, vaikka mediatalot eivät selviäisi? (...) Mitä enemmän omistajat leikkaavat resursseja, sitä helpompi mediatalot on haastaa verkossa. Se on uusi tilanne. Paperilehden kanssa voi kilpailla lukijoista lähinnä tekemällä kaiken paremmin, mutta verkossa kapeakin skaala riittää. (...) Jos journalismi pitää joskus tehdä ilman nykyisiä kustantajia, olkoon niin. Verkossa alkuun pääsee taskurahoilla, vaikka muutaman toimittajan osuuskunnalla, jotka voisivat olla mainio vastaus niin freelance- kuin vuokratyönkin ongelmiin.”

Pasi Kivioja (09/2013) kertoo jutussaan media-alan yksityisyrityksyyden kannattavuudesta.

”Media-alan myllerrys johtaa vääjäämättä siihen, että entistä useampi meistä – ja pian myös teistä – löytää itsensä perinteisten mediayritysten ulkopuolelta joko omasta halustaan tai tahtomattaan. (...) Olo tuntuu vapaammalta ja mukavammalta kuin se on tuntunut aikoihin palkansaaajana ollessani. Saan tehdä kaikkea sitä, mikä minua eniten kiinnostaa ja innostaa (...).”

Uusille ja innovatiivisille pienmediayrityksille löytyy ennusteiden mukaan tulevaisuudessa töitä, mutta silti perinteisen median rooli tiedonantajana tulee elämään, uskoo Johanna Vehkoo (18/2012). Kuitenkin tuloja täytyy etsiä muualtakin, kuin mihin on tähän mennessä totuttu. Vain mielikuvitus on rajana.

”Puhun usein toimittajien työn muutoksesta, laatujournalismin tulevaisuudesta ja ammattimme kohtaamista kriiseistä. Masennan aluksi, mutta pyrin nostattamaan tunnelman vähintään toiveikkaaksi. (...) Journalismista on yhä harvemmalle elannoksi, ja niiltä, jotka siitä ammattinsa tekevät, vaaditaan yhä useammin omia liikeideoita. Journalistisista start-upeista menestyvät ne, joilla on omaperäistä tarjottavaa, pienet, kiinteät kulut ja useita tulonlähteitä. (...) Isoja sanomalehtiä tarvitaan kuitenkin edelleen. Vain niillä (ja Yleisradiolla) on mahdollisuudet tehdä kattavaa uutishankintaa yhteiskunnan eri alueilta. (...) Yhdysvalloissa ja Britanniassa sanomalehdet ovat alkaneet etsiä tulovirtoja muualta kuin perinteisistä lähteistä, eli mainostajilta ja tilaajilta. Monet myyvät e-kirjoja, järjestävät tapahtumia tai investoivat digitaalisten tuotteiden kehitykseen. The Guardian uskoo koulutukseen.”

Start-upit ovat trendikäs ilmiö tämän hetken mediakentällä. Se kertoo yrittäjien innostuneesta asenteesta kehittää osaamistaan ja tehdä omannäköistään, kiinnostavaa journalismia. Myös Markku Lappalainen (05/2014) kokee, että esimerkiksi hallituksen myöntämä 30 miljoonan innovaatiotuki pitäisi osoittaa pienille yrityksille ja startupeille, joissa syntyy aidosti innovaatioita.

”Kolmelle vuodelle jyvitetty tukisumma ei ole suuri, mutta oikein kohdennettuna se voi aidosti piristää taantuman ja rakennemuutoksen lamaannuttamaa alaa. (...) Innovaatiotuen kohteina mielenkiintoisimpia ovat aloittelevat yritykset, startupit. Niihin sisältyy uutta luovaa potentiaalia, niillä ei ole kannettavanaan raskaan tradition kahleita. Parhaimmillaan ne edustavat ennakkoluulottomuutta, perinteisiä rakenteita rikkovaa luovuutta ja uudenlaista yrityskulttuuria.”

Myös journalismin rahoittamiseen liittyvät innovaatiot herättävät positiivisia ajatuksia Journalisti-lehdessä. Mainoksilla rahoittaminen ja osakkeenomistajien taloudellinen hyöty nähdään tunkkaisena vaihtoehtona verrattuna uusiin, yleisöä (tai yhteisöä) osallistaviin hankkeisiin.

Muun muassa Salla Nazarenko (02/2013) uskoo, että laadukas journalismi voi pysyä hengissä innovatiivisilla kokeiluilla.

”Uudenlaista ajattelua edustavat Huili-lifestylelehden yhteisörahoituskokeilu, kokeneiden journalistien hitaan journalismin yhteenliittymä tai vaikkapa Uutisraivaaja-kilpailu, joka tarjoaa journalistisille innovaatioille muhkean taloudellisen kädenojennuksen.”

Myös Markku Lappalainen (14/2013) hehkuttaa uudenlaisia rahoittamisen malleja, joiden avulla voidaan tukea innovatiivista, laadukasta journalismia, jolle löytyy kysyntää.

”Pelkkä lehtien sisällön siirtäminen nettiin ei todellakaan riitä. Journalismille perustuvan bisneksen pitää uusiutua perin pohjin. (...) Aivan omanlaisensa valopilkku on Helsingin Sanomain säätiön Uutisraivaaja-palkinnon marraskuun puolivälissä voittanut verkkojulkaisu Long Play. Sen tulonmuodostus perustuu suoraan asiakassuhteeseen: lukijoille tarjotaan laadukasta hidasta journalismia, huolella tehtyjä

pitkiä juttuja. Johanna Vehkoon ja Reetta Nousiaisen kehittämä Long Play ei metsästä mainosrahaa. Se on ihan uusi tapa myydä ja ostaa journalismia. (...) Kiivastahtiseksi sekuntipeliksi muuttuneessa journalismissa Long Play poikkeaa raikkaasti valtavirrasta: hitaudelle, perusteellisuudelle ja huolellisuudelle on kysyntää näinä 24/7-aikoina, jolloin netti pursuaa muutaman rivin uutisia enemmän kuin yleisö ehtii ja jaksaa ahmia.”

Laadukasta journalismia voi syntyä Journalistin juttujen mukaan jonkin verran ilman perinteisiä rahoitusmenetelmiä. Erilaiset apurahat, palkinnot ja joukkorahoitukset voivat kustantaa tuotantoa ainakin jossain määrin. Toisaalta tuloja voidaan kerätä suoraan asiakkailta, jotka maksavat hyvästä tuotteesta yksittäisinä kappaleina tai jatkuvina tilauksina. Pidemmän päälle erilaiset apurahat eivät välttämättä voi olla kannattavan ja laadukkaan journalismin kivijalkana.

Johanna Vehkoo (03/2014) katsoo yhdysvaltalaisen, voittoa tavoittelemattoman eli non-profit journalismin näyttävän mallia rohkeasta rahoittamisesta.

”CIR:n (Center for Investigative Journalism) kaltaiset uudenlaiset toimitukset – niin kutsutut non-profitit – paikkaavat lehdistön kriisin jättämiä jälkiä. Niissä uskotaan, että journalismia voi – ja pitääkin – tehdä ilman, että keskitytään tuottamaan voittoja osakkeenomistajille. (...) Viime vuonna CIR on kokeillut monia eri tapoja tavoittaa yleisöjä. Samasta projektista saatetaan tehdä radio-ohjelma, video ja lehtijuttu. Esimerkiksi Osama bin Ladenin surmaajan haastattelussa käytettiin animaatiota, sillä hän ei halunnut paljastaa kasvojaan. Lisäksi CIR:n juttuja on esitetty ainakin videopelin, musiikin, runon ja teatterin keinoin.”

Kuvajournalismista ei kirjoitettu Journalistissa juurikaan positiivisesti. Perinteisesti murroksen on pelätty vaikuttavan kuviin ja kuvajournalismin tulevaisuuteen negatiivisesti. Uudet välineet kuitenkin mahdollistavat kuvien esittämisen innovatiivisilla tavoilla ja nostavat esiin kysymyksen siitä, voisiko kuvajournalismi olla muutakin kuin vain still-kuvia. Kari Kuukka (21/2012) löytää kuvajournalismin saralta hyvää sanottavaa. Kuvallisuus on tärkeää edelleen, mahdollisesti jopa tärkeämpää kuin aiemmin. Myös kuvaajan brändäämisestä on tullut merkittävä osa markkinointia. Niin kuin neutraalissakin kehyksessä oli puhetta brändäämisestä, nähdään kuvien henkilöityminen myös positiivisessa kehyksessä.

”Reutersin kuvasivusto The Wider Imagen ja koko heidän iPad-tuotantonsa Lontoon olympialaisissa viime kesänä antaa kuitenkin vihjeitä siitä, mitä tuleman pitää. Ne pohjautuvat valokuviiin. Ja mikä kiinnostavinta, kuvaajat henkilöinä ovat keskeisessä roolissa. (...) Toinen esimerkki: Picture of the Year International -kilpailun voitti tänä vuonna paikallislehti The Herald. Sen lauantaisin ilmestyvässä kuvareportaasissa on etusivun lisäksi viisi kuusi sivua laadukkaita kuvasarjoja paikallisista ihmisistä ja ilmiöitä. Repparit eivät ’kuvita’ kirjoitettuja juttuja. Lehdessä ei lasketa sekunteja uutisvoittoihin eikä aseteta deadlineja kuvaajille. (...) Vanhat mediakanavat hiipuvat ja ala on käsittämättömässä kriisissä, mutta kuvaa käytetään enemmän kuin koskaan aikaisemmin.”

5.3.2 Asennemuutos

Journalisti-lehdessä esiintyi jonkin verran myös toiveikasta puhetta murroksesta ylipäättään. Tällaisissa jutuissa kehoitettiin negatiivisia alan ammattilaisia muuttamaan asennettaan parempaan suuntaan. Murehtijat eivät ymmärrä, että asioille voi tehdä paljonkin. Positiivisesti ajattelemalla voi nähdä, kuinka murros on myös hyvä asia, joka avaa mahdollisuuksia uusiin ja inspiroiviin malleihin toteuttaa ja jakaa journalistisia tuotteita – olivat ne sitten mitä vain.

Tuomo Björkstén (21/2012) on yksi, joka toivoo alituksen valittamisen loppuvan, sillä journalismin kuolema ei ole koittanut. Uudistuksilla voidaan vielä viedä media-ala voittoon. Journalismia tarvitaan tulevaisuudessa niin kuin nytkin.

”Toimittajien ja media-alan toimitusjohtajien puheet ovat tulvineet viimeisen vuoden aikana kummallisia kutsuja joukkoitsemurhaan. Ennen kuin suuri paha internet ehtii tappaa suomalaiset tiedotusvälineet, olemme jo valmiiksi asettuneet apaattiseen makuuasentoon. Hei, vähän tsemppiä nyt. Emme ole vielä hävinneet tätä peliä. (...) Lopetetaan deadline. (...) Ajetaan vähitellen alas painotoiminta ja jakelu. (...) Tarvitsemme myös asennemuutoksen. (...) Isojen asioiden jäsentely on edelleen meidän työtämme. (...) Lopetetaan siis ulina lehtiä tukehduuttavasta arvonnalisäverosta. (...) Niillä säännöillä pelataan, jotka on annettu. (...) Lopetetaan ainainen marina resurssipulasta. Laatu riippuu toimittajan hoksottimista (...). (...) Kaikki saamani tieto

kertoo, että mediayhtiöissä ollaan valmiita tekemään radikaaleja toimialaa kehittäviä uudistuksia.”

Myös Johanna Vehkoo (03/2013) katsoo, että journalismin kysyntä on suurempaa kuin koskaan ja tulevaisuus näyttää hyvältä ja jännittävältä. Murros voidaan Vehkoon mukaan nähdä valoisana asiana liiallisen murehtimisen sijaan. Toimittajia tullaan tarvitsemaan tulevaisuudessakin, sillä verkon ylitarjonta paisuu ja sirpaloituu. Lisäksi yleisö on osallisena uudella tavalla. Vehkoo listaa positiivisia puolia uudesta journalismista:

”Kansalaiset tarvitsevat journalisteja filttäreiksi, jotka suodattavat faktan fiktiosta ja keräävät olennaiset asiat samaan paikkaan. Tätä kutsutaan kuratoinniksi, ja se vaatii ammattitaitoa. (...) Ihmiset haluavat laatua ja ovat valmiita maksamaan siitä. (...) Maksumuurin takana pitää olla sisältöä, jota ei saa helpommin ilmaiseksi. (...) Ihmiset haluavat lukea myös näytöltä pitkää ja perusteellista. Usein ajatellaan, että verkon käyttö on viihdekäyttöä, joka kilpailee vakavien perinteisten tiedotusvälineiden kanssa ihmisten ajasta. Amerikkalaisen Pew-tutkimuskeskuksen mukaan tablettitietokoneet ja muut mobiililaitteet itse asiassa lisäävät ihmisten journalismin kulutusta. (...) Meillä on uusi, suurempi ja keskustelevampi yleisösuhte. Joukkoistaminen ei tarkoita sitä, että pyydetään ihmisiä lähettämään kuvia lumikinoksista ja lemmikkieläimistä. Se tarkoittaa joukkoälyn käyttöä sellaisiin tehtäviin, joihin olisi ennen tarvittu ammattilainen. (...) Tosiasia kuitenkin on, että journalismin – oli se sitten digitaalista tai analogista – kysyntä ei ole koskaan ollut yhtä suurta. Voimme valita, jäämmekö itkemään kaatunutta bisnesmallia vai alammeko tehdä jotakin aidosti uutta ja erilaista. Koskaan ei ole ollut yhtä jännittävää aikaa olla journalisti.”

Jotkut alan ammattilaiset ovat kyllästyneet ainaiseen marinaan journalismin kuolemasta. Jos ajattelee liian negatiivisesti journalistisen alan tulevaisuudesta, saattaa sulkea silmänsä kaikilta kehityksen mahdollisuuksilta. Ala ei voi kehittyä parempaan suuntaan, jos joukosta ei löydy positiivisesti ajattelevia ihmisiä, jotka haluavat ideoida uusia tapoja tuottaa, esittää ja jakaa journalismia.

6 Päätelmät

Keskustelu median murroksesta vaikuttaa olevan loputonta, sillä ala joutuu sopeutumaan yhteiskunnan muutoksiin jatkuvasti. Viime vuosina erityisesti teknologisen kehityksen ja talouden alamäen myötä aihe on ollut pinnalla tavallistakin enemmän. Vaikea markkinatilanne ja digitalisoitumisen kasvukivut ovat muuttaneet myös journalismin tekemisen tapoja ja sisältöjä. Samalla muuttuneet työskentelytavat muokkaavat alaa lisää ja aiheuttavat uutta kuohuntaa. Muutokset ja uudet mahdollisuudet synnyttävät välillä innokkuutta, mutta yleisempi suhtautumistapa näyttää olevan pelko vakiintuneiden käytäntöjen murentuessa ja tehdessä tilaa tuntemattomalle tulevaisuudelle. Muun muassa uusien välineiden ja esitystapojen kehittämisen myötä usein pelätään, että vanhat käytännöt jäävät taka-alalle tai kuihtuvat kokonaan pois. Samalla kyseenalaistetaan koko alan tulevaisuudennäkymät. Murros liittyy myös toimittajien ja kuvaajien osaamisvaatimukseen, joiden on muututtava kehityksen mukana ”kuoleman” välttämiseksi ja media-alan ammattilaisten oman selviytymisen, työllistymisen, turvaamiseksi.

Jo ennen aineiston läpikäymistä osasin odottaa murrospuheen olevan enimmäkseen negatiivisen sävyistä. Arvailuni perustuivat yleiseen keskusteluun alan nykyhetkestä ja tulevaisuudesta. Näiltä pohdinnoilta ei ole voinut välttyä alan opiskelijana ja ammattilaisena. Siitä huolimatta tulokset negatiivisen kirjoittelun suhteesta esimerkiksi positiiviseen olivat hieman masentavia nuorelle kuvajournalistille, jolla on vielä noin neljäkymmentä työvuotta edessään.

Periaatteessa murros on neutraali sana, mutta yleisen murroskeskustelun johdosta olen itsekin alkanut liittää siihen hieman enemmän negatiivisia mielleyhtymiä. Positiiviset kehykset olivat aina mukava yllätys päällimmäisin puolin pessimistisessä murrospuheessa ja usein hyvin inspiroivaa luettavaa.

Hahmottamalla murrosaiheisten kirjoitusten kehyksiä sain jäsenneltyä niiden sisältöä tarkempaa analyysia varten. Yksittäistä ilmiötä voidaan kehystää kirjoituksissa eri tavoin, jolloin koko asian luonne voi muuttua. Kehyksestä riippuen ilmiö saa erilaisia merkityksiä. Journalistin murrospuhe on jaettavissa analyysini mukaan negatiivisen, neutraalin ja positiivisen sävyisiin kehyksiin. Negatiivinen on näistä hallitsevin – lehdessä levitetään tulosteni mukaan enimmäkseen negatiivista kuvaa murroksesta. Journalistissa murros näyttäytyy pääasiassa pahana, pelottavana ja epätoivoa synnyttävänä ilmiönä. Toki negatiivinen kirjoittelu on myös ymmärrettävää – eihän esimerkiksi

työpaikkojen vähentäminen ole iloitsemisen arvoista katsoo asiaa sitten miltä kannalta tahansa. Tuntuu silti, että yleinen, negatiivinen asenne on paisuteltua.

Kehysten alateemat eli yleisimmät kirjoitusten aiheet erosivat kehyksestä riippuen toisistaan. Tämä on tietysti ihan luonnollista – tuskin yt-neuvotteluista voisi kirjoittaa kovin positiiviseen sävyyn. Mutta on kiinnostavaa mielestäni huomata, mitkä asiat puhuttavat niin hyvässä kuin pahassa mielessä. Suurimmat teemat, jotka nousivat esiin murrokseen liittyvässä tekstissä ovat

negatiiviset puheet

- säästöistä, markkinoista ja julkaisukanavista
- sisällöstä
- freelancereiden työehtoasioista
- tulevaisuuden epävarmuudesta

positiiviset puheet

- yrittäjyydestä, innovaatioista ja markkinoista
- asenteen muuttamisesta

ja neutraalin sävyiset puheet

- tekemisen tavoista
- markkinoista ja julkaisukanavista.

Seuraavaksi tarkastelen tarkemmin näitä yleisesti esiintyneitä teemoja kehysten sisällä ja suhteutan niitä aiempaan kirjallisuuteen ja artikkeleihin.

6.1 Vuoropuhelua aineiston ja teorian välillä

Journalistin teemat murrosta käsittelevissä teksteissä osuvat hyvin yksiin aiemman kirjallisuuden murroksen määrittelyjen kanssa. Yksi teema, joka toistui kehyksestä riippumatta, oli markkinat. Markkinat näyttäytyivät tärkeänä osana keskustelua ja argumentointia oli kyse sitten puhtaasti informaation välittämisestä, murroksen epätoivottujen vaikutusten esiin nostamisesta tai hyvien ja kehittävien näkökohtien puolesta liputtamisesta. Tämä on luonnollista: journalismia ei tehdä juurikaan pro bono. Tietysti maailmalta löytyy esimerkkejä voittoa tavoittelemattomista

medioista, mutta raha pyörii aina jollakin tavalla kuviossa oli se sitten lahjoitusten, mainosten tai kuukausitilausten muodossa.

Talous ja markkinat ohjaavat media-alaa ja ovat kietoutuneet tiivistä teknologiseen kehitykseen. Niin kuin Mäenpää ja Männistö (2009) kertovat, 2000-luvulla oli meneillään hankkeita, joissa koko liiketoimintaa muutettiin enemmän yhä tärkeämmän verkon ympärille. Myös Väliverronen (2009, 15; 21) kokee, että verkko haastaa printin pienempien kustannusten ja nopeuden vuoksi. Teknologinen kehitys vaikuttaa siis markkinoihin ja julkaisukanavoihin. Mediamarkkinat ovat kärsineet muun muassa printin mainostulojen hurjasta laskusta. Samalla kilpailu yleisöstä on kasvanut muun muassa verkon ilmaisen tarjonnan vuoksi, vaikkakin nykyään maksumuurien asettaminen nettisivuille on yleistynyt. (Seppänen & Väliverronen 2013, 131–132; 143.) Yleisöt ehtivät kuitenkin tottua ilmaiseen sisältöön siinä määrin, että esimerkiksi verkossa leviää ohjeita maksumuurin kiertämiseen. Onko verkkojournalismi kohdannut samat ongelmat kuin musiikki- ja elokuva-ala, jotka kärsivät verkosta laittomasti ladattavista tuotteista? Seppänen ja Väliverronen (2013, 143; 146) kertovat, että internet ja sen ilmaisuus ovat vaikuttaneet mediatalojen talouteen, ja tämä näkyy konkreettisesti muun muassa levikkien laskuna, irtisanomisina ja huonontuneina mainostuloina.

Myös Journalistin sivuilla näkyi vastaavanlaista pohdintaa median markkinoista. Lehden sivuilla pohdittiin muun muassa journalismin ansaintalogiikan uudistamisen tarvetta ja digitalisoituvan median negatiivista vaikutusta liikevaihtoihin.

Markkinat ja teknologinen muutos vaikuttavat myös sisältöihin. Niin kuin Väliverronen (2009, 13) kertoo, mediayritysten omistajat vaativat tuottoja ja voittoja. Tulostavuu voi vaikuttaa sisältöihin, kun halutaan miellyttää omistajia ja samalla mainostajia. Esimerkiksi Seppänen ja Väiverronen (2013, 147–148; 151) katsovat, että tulosajattelu vaikuttaa toimituksissa kiireen lisäksi sisällöntuotantoon, kun lukijoiden mielenkiinnon kohteet vaikuttavat yhä enemmän juttuvalintoihin. Samalla sanomalehdet ovat alkaneet jossain määrin muistuttaa aikakauslehtiä.

Useat lehdet ovat siis uudistuneet ja samalla konseptoituneet tarkemmin. Tämä ohjaa kokemuksen mukaan työntekijöitäkin tiettyyn suuntaan tekemisessään. Useimmiten juttujen pituudet ja kuvien rajaukset ovat ennalta määritellyt. Esimerkiksi tabloidiin siirtyessä Helsingin Sanomien kuvaajien täytyi ryhtyä miettimään kuvaa ottaessaan, julkaistaanko se neliönä tai vaikka keskellä aukeamaa. Juttukonsepti täytyy pitää mielessä jo kuvaushetkellä. Jokaisella kuvauskeikalla täytyy toki muistaa

myös verkko, jossa vaakakuvat toimivat paremmin. Verkko määrittää nykyään paljon myös esimerkiksi ajankäyttöä ja nopeuttaa työskentelytahtia.

Myös Journalistissa pohdittiin murroksen vaikutusta sisältöihin. Lehtiuudistukset, konseptoidut alustat, digitaaliset kanavat ja pelko sisällön viihteellistymisestä puhuttivat lehdessä. Lehdessä kritisoitiin muun muassa talouden ohjaamaa mediaa ja pelättiin journalistisen sisällön taipuvan mainostajien ”liehittelyyn”. Pelko kohdistui myös entistä konseptoituneempiin alustoihin ja niiden vaikutuksiin juttujen ideoinnissa.

Taloudelliset muutokset mediassa näkyvät Seppäsen ja Väliiverosen (2013, 154) mukaan myös muutoksena työntekijöiden asemassa ja ammattikuvassa. Vakituiset työsuhteet ovat vähentyneet, pätkätyöt lisääntyneet ja samalla pienten yritysten määrä on kasvanut muun muassa mediatalojen ulkoistamisten vuoksi. Journalisti-lehden jutuista jää sellainen mielikuva, että arvostus työntekijöitä kohtaan on muuttunut. Konkreettisesti mediamarkkinoiden kamppailu näkyy irtisanomisina. Myös erilaiset avustajasopimukset piinaavat työntekijöitä, niin kuin esimerkiksi Kari Kuukka (03/2013) ottaa puheeksi artikkelissa, jota hyödynnän murros-kappaleessa. Samalla ilmapiiri toimituksissa saattaa tulehtua.

Yrittäjyysasiat ovat hyvin esillä myös Journalistissa, oikeastaan jokaisessa kehyksessä, kun asiaa tarkastellaan hieman eri suunnalta. Negatiivisessa kehyksessä esiin nousivat freelancereiden sopimusasiat. Neutraalissa kehyksessä puhutti lähinnä itsensä markinoimisen ja brändäämisen tärkeys. Positiivisessa kehyksessä taas hehkutettiin samaisen itsensä brändäämisen tärkeyden lisäksi yrittäjyyden hyviä puolia journalismin kehittämisessä. Yrittäjyyden arvostus on nousussa – ehkä yksityisyrittäjyyden tai erilaisten osuuskuntien suosio kertoo jotakin nykypäivän työkuulttuurista ylipäättään. Omien haaveiden tavoittelu ja itsensä toteuttaminen nähdään oman hyvinvoinnin kannalta tärkeinä asioina. Tietystä mielessä pienet yritykset voivat mielestäni vaikuttaa myös yleiseen mielipiteeseen murroksesta, kun vanhat tottumukset ja omistajasuhteet eivät hidasta innovaatioiden kehittelyä ja journalismin uuteen suuntaan viemistä.

Usein Journalisti-lehdessäkin mainittu Longplay on hyvä esimerkki innovatiivisesta journalismista. Konsepti perustuu hitaalle journalismille, jota julkaistaan vain sähköisesti ja rahoitetaan tilaajilla ja erilaisilla apurahoilla. Myös esimerkiksi nuorten media-alan ammattilaisten Kaskas Media tarjoaa mediasisältöjen lisäksi tiedeviestintää ja koulutuksia, 11 kollektiivi panostaa ryhmänä suomalaiseen kuvajournalismiin ja sen julkaisutapoihin ja Sarkamedia, toimittajien ja kuvaajien osuuskunta,

tarjoaa tavanomaisempien mediasisältöjen lisäksi muun muassa kunnianhimoista tutkivaa journalismia. Edellä luetellut ovat vain muutamia esimerkkejä uusista, nuorten ammattilaisten journalistisista yhteenliittymistä tai yrityksistä, joissa yritetään tehdä pienessä porukassa hyvää journalismia.

Journalistisessa työssä on tapahtunut muitakin muutoksia kuin yrittäjyyden ja innovatiivisuuden kasvu ja töiden väheneminen. Rosalind Gillin (2011, Seppäsen & Väliwerrosen 2013, 155 mukaan) lista tiivistää ajatukset journalistisesta työstä. Listasta käy ilmi, että journalistisen alan ammattilaiset kuvaavat työtään Gillin tutkimuksessa samalla tavoin kuin työ nähdään useissa artikkeleissa Journalistin sivuilla. Esimerkiksi pätkätyöt, yrittäjyys, loputon taitojen kehittäminen ja epävarmuus tulevaisuudesta toistuvat sekä Journalistissa että Gillin listassa ominaisina nykyajan journalismiin liittyvinä piirteinä. Teknologisten muutosten vuoksi journalistien on jatkuvasti opittava uutta ja kehitettävä omia taitoja. Teknologinen kehitys on saanut aikaan toimituksissa erilaisia kehittämishankkeita. Julkaisuja halutaan uudistaa jatkuvasti. Niinpä toimituksellinen työ muuttuu ja journalistisia tuotoksia kehitetään jatkuvasti. (Ahva, Heikkilä, Siljamäki & Valtonen 2012, 36–37.) Verkon kehitys on luonut nopeuden kulttuurin (Seppänen & Väliwerrosen 2013, 147). Työtahti on siis kiristynyt, sillä myös yleisö on tottunut jatkuvaan informaatiotulvaan ja myös odottaa sitä. Samalla alan työntekijöiden epävarmuus tulevaisuudesta kasvaa.

Journalistin artikkeleissa käsitellään myös huolta tulevaisuudesta samoin kuin muutosta työn tekemisen tavoissa. Huoli tulevaisuudesta kohdistuu etenkin huoleen työpaikkojen määrästä. Töiden pelätään loppuvan lähitulevaisuudessa ja journalismin tulevaisuuden puolesta pelätään heikkojen taloudellisten näkymien vuoksi. Tämä näkyi lehden sivuilla esimerkiksi kirjoituksissa, joissa käsiteltiin verkkojournalismin aikaansaamaa kiirettä, mikä lisää puolestaan virheitä julkaisuissa.

Kiire on omankin työkokemukseni mukaan erottamaton osa toimituksellista työskentelyä. Tämä koskee niin työsuhteessa olevia kuin freelancereitakin. Enää aikoihin ei ole riittänyt, että jutut ja kuvat täytyisi saada iltaan mennessä valmiiksi. Verkossa täytyy julkaista juttuja pitkin päivää, oikeastaan koko ajan, sillä yleisö on tottunut uudenlaiseen nopeuden kulttuuriin. Suhde aikaan ja tilaan on muuttunut, mikä koskee niin yleisöä kuin journalismin tekijöitäkin. Nopeus nähdään yhtenä tärkeimmistä kilpailueduista lehdissä: uutinen on saatava verkkoon ennen kilpailijoita. Esimerkiksi Ampparit-palvelun kautta medioiden sivuille tulee paljon klikkauksia ja eniten klikkauksia kerää tietenkin se, joka saa houkuttelevan otsikon ensimmäiseksi julkaistua. Kun juttu on julki, sitä voi korjailla ja muokata. Kiireessä sutaistuja verkkojuttuja muokkaillaan jatkuvasti.

Hyvän käytännön mukaan maininta muokkauksesta tulisi merkitä jutun loppuun, mutta tätä tunnutaan harrastavan turhan harvoin.

Kiireessä tuotetut sisällöt voivat vaikuttaa kielteisesti julkaisun uskottavuuteen. Oman kokemukseni pohjalta voin sanoa, että kuvaajilta odotetaan nykyään tekstin ja still-kuvien lisäksi videoita. Videot ovat osa viihteellistyvää ja kiireen yhteiskuntaa. Osalla videoista on täysin viihteellinen arvo, ja joskus journalismin uskottavuus saattaa jopa kärsiä. Videoiden koetaan kuitenkin tarjoavan kevyen ja nopean tavan "kurkata" uutiseen. Jos juttua ei jaksa kokonaan lukea, voi video tuntua nopeammalta tavalta tutustua johonkin aiheeseen. Samoilta juttukeikoilta odotetaan myös eri sisältöä lehteen ja verkkoon. Samalla videoiden laatu kärsii, kun esimerkiksi kuvakäsikirjoitukseen ei ehditä panostaa.

Kiireen lisäksi työnkuvassa on tapahtunut muitakin muutoksia. Joidenkin juttujen yhteydessä painotetaan digitaalisuuden tärkeyttä ja uskotaan, että toimittajien olisi esimerkiksi hyvä oppia koodaamaan. Tekemisen tavoissa on lisäksi tapahtunut muutosta työnsä myymisen ja brändäämisen merkeissä. Osa kirjoittajista luottaa siihen, että tulevaisuudessa parhaiten alalla pärjäävät ne, jotka osaavat brändätä itsensä ja osaamisensa. Itsensä brändäämisen merkitys on siis kasvanut. Yleisöt ovat tottuneet tänä päivänä siihen, että esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ollaan jatkuvasti esillä. Toimittajien oletetaan twiittaavan – toimittajan nimen yhteydessä mainitaan usein myös Twitter-osoite. Jotkin jutut saattavat myydä jo tietyn nimen perusteella. Esimerkiksi Kuukausiliitteen Ilkka Malmberg on brändi. Samoin kuvajournalisti Meeri Koutaniemi on onnistunut brändäämään itsensä muun muassa ihmisoikeuksien puolesta taistelijaksi ja laadukasta kuvajournalismia ulkomailta tarjoavaksi maailmankansalaiseksi.

Kuvaajana minua kiinnostaa etenkin, kuinka hyvin kuvajournalismin murros on esillä puheissa. Kuvajournalismin murrosta käsiteltiin lähes kolmen vuoden aikana vain seitsemässä jutussa (11 % kaikista murrokseen liittyvistä jutuista). Minusta on kiinnostavaa, että kuvajournalismin murros mainitaan niin harvoin. Kertooko tämä siitä, että yhä edelleen kirjoittavien toimittajien työ nähdään pääasiallisena journalistisena työnä ja kuvat tulevat perässä ja toisarvoisina? Kiinnitin huomiota myös siihen, että lehtialan murroksesta puhuttiin enemmän kuin televisiotyön muutoksista. Onko median myllerrys yhtä suurta televisiossa ja radioaalloilla? Ehkä tekemisen tavat ovat muuttuneet tv:n ja radion puolella jokseenkin vähemmän kuin lehtialalla – lehtiala on joutunut lähtemään median murroksen kiihdyttämään kilpailuun takaa-ajostasesta. Printtimedia on joutunut oppimaan yhä enemmän sähköisen median tavoille – ei toisinpäin. Toisaalta yt-neuvotteluja on käyty myös

MTV3:n ja YLE:n piirissä ja Nelosen uutiset lopetettiin kokonaan. Näyttäisi siis siltä, että talous on kuralla mediatalosta riippumatta.

Itse näen, että kuvajournalismin murros on erottamaton osa koko median ja journalismin murrosta. Kuvaajien työ on muuttunut vuosien varrella vähintään yhtä paljon kuin toimittajien. Kuvajournalisteilla teknologian hallitsemisesta on tullut aina vain tärkeämpi osa työn perusteellista osaamista. Verkon ja digitaalisuuden myötä liikkuva kuva on vahvistanut asemaansa kuvajournalismissa. Enää ei välttämättä riitä, että hallitsee järjestelmäkameralla still-kuvaamisen. Videot ovat yleistyneet toimituksissa verkon printistä eroavan tarjonnan vuoksi. Kuvaajien on osattava videokuvata, ymmärrettävä videoiden tarinankerronta ja leikkaus. Tällöin uusien, eri ohjelmien hallitsemisesta tulee välttämätön osa työskentelyä. Lisäksi kuvaajat kohtaavat samoja asioita työssään kuin toimittajat: töiden puolesta pelätään, itsensä markkinoimisesta ja brändäämisestä on tullut tärkeämpää ja lisäksi luovia ja innovatiivisia keksintöjä on kehiteltävä erottuakseen joukosta ja turvatakseen selustansa. Mielestäni puheet toimittajia ja ylipäättään mediaa koskevista muutoksista voi heijastaa sellaisenaan myös kuvajournalismin murrokseen.

Nykyään yhä useampi ihminen kuvaa ja hyvät kamerat ovat monen ulottuvilla. Älypuhelimissakin on laadukkaat kamerat. Kuvaaminen on yleistynyt muun muassa kamerateknologian kehityksen myötä. Järjestelmäkamerat eivät ole vain ammattilaisten ulottuvilla, vaan niiden käyttö on yleistynyt ja ainakin tekniikan puolesta laadukkaita kuvia voi nykypäivänä ottaa melkein pä kuka tahansa harrastelija. Niin kuin Mäenpää ja Seppänen (2009, 50–51) toteavat, digikamerat tulivat jokaisen kodin saataville 2000-luvulla, mikä puolestaan lisää lukijoiden kuvien esiintymistä julkaisuissa. Journalistissa kirjoitetaan muun muassa siitä, kuinka uutiskuvauksen luonne on muuttunut. Muutos näkyy selkeästi esimerkiksi Vuoden Lehtikuva -kilpailun uutiskuvakategoriassa, jossa voivat kilpailla muutkin kuin ammattikuvaajat. Silti ammattikuvaajalta löytyy journalistista ammattitaitoa, mitä pelkän hyvän kameran omistaminen ei takaa. Lukijoiden kuvat ovat yleistyneet mediassa, mutta en näe, että niillä korvattaisiin ammattikuvaajien työpanos kokonaan.

Journalistissa kerrotaan myös, kuinka valokuvaajat laajantavat osaamisalueitaan. Minkä takia harvat kuvaajat keskittyvät ainoastaan yhteen valokuvauksen osa-alueeseen? Yksi selittävä tekijä lienee työn ja työsuhteiden luonteen muuttuminen. Vakituisten työsuhteiden käydessä yhä harvinaisemmiksi joutuvat kuvajournalistit laajentamaan osaamistaan perinteisten mukavuusalueidensa ulkopuolelle. Freelancerit ottavat vastaan kaikenlaisia keikkoja, esimerkiksi hää-, yritys- ja mainoskuvauksia. Samalla freelancerina itsensä elättävillä on enemmän vapautta

kuin vakituksessa työsuhteessa olevilla. Jotkut saattavat kiinnostua yhä enemmän videotuotannosta, ja kokevatkin, että perinteinen still-kuvaaminen ei riitä kertomaan kaikkia tarinoita. Mikään ei välttämättä sido kuvaajia tiettyihin raameihin ja he voivatkin tehdä välillä taidekuvaa tai muita omia projekteja.

6.2 Murrospuhe heijastaa ja luo todellisuutta

Puheet murroksesta Journalisti-lehdessä kiinnostavat minua, sillä on kiehtovaa selvittää, mitä alan tekijät ajattelevat parhaillaan meneillään olevasta murroksesta ja sen seurauksista. Mielestäni on myös tärkeää pohtia, kuinka puhe heijastaa ja rakentaa todellisuutta. Murrospuhe kertoo ajasta jota elämme, joten väistämättä puhe heijastaa todellisuutta. Koska murros on ajankohtainen ilmiö, on siitä perusteltua myös keskustella ammattilehden sivuilla. Kiinnostavaa kuitenkin on, kuinka paljon tämä puhe, jonka yleisönä ovat alan ammattilaiset, vaikuttaa heidän ajatuksiinsa ja käsityksiin murroksesta. Kuinka suuri rooli teksteillä on todellisuuden ja merkitysten määrittäjinä ja luojina? Saako tietyn sävyinen puhe lukijat puolelleen? Voiko jatkuva negatiiviseen sävyyn kirjoittelu tuottaa lisää samanlaista ajattelua? Vaikka tarkoitukseni ei ole varsinaisesti tutkia asiaa, on mielestäni myös pysähdyttävä hetkeksi miettimään murrospuhetta representaation kautta.

Määrittelemällä murrosta ei pelkästään kerrota ilmiöstä vaan samalla luodaan todellisuutta. Journalisti-lehti luo jonkinlaista todellisuutta murroksesta toistuvilla, tietyn sävyisillä jutuilla. Kirjoittelu voi heittää lisää vettä myllyyn ja toimia kuin oravanpyörä: negatiiviset jutut ruokkivat mahdollisesti muita ammattilaisia näkemään murroksen huonot puolet, joista jälleen kirjoitetaan lehteen. Vaikka toimittajat pyrkisivät kertomaan asioista objektiivisesti, heidän puheeseensa vaikuttavat mahdollisesti tiedostamattomasti aiemmat käsitykset asiasta.

Journalistin artikkeleissa suhtautuminen murrokseen näyttäisi olevan päällimmäisin puolin negatiivinen. Onko negatiivisesta kehyksestä tullut niin vallitseva, että sitä toistetaan sen kummemmin ajattelematta? Onko se ”yleinen ja ainoa totuus”? Voidaanko negatiivinen kehys Journalistissa nähdä Entmanin (1993) mainitsemana määräävänä tulkintana murroksesta, jota tiedostamatta jaetaan ja toistetaan, antamatta yleisölle tarpeeksi vaihtelevaa keskustelua? Tällöin toistuva puhe saattaa ohjata journalistien tulkintaa murroksesta.

Toisaalta Entman (emt.) puhuu myös eliitti-ajattelusta, jota voisi ehkä myös soveltaa tutkielmani tulkinnassa. Journalisti-lehdessä äänessä ovat usein tunnetut ja arvostetut journalistit, alan eliitti. Onko heillä turhan paljon vaikutusvaltaa murrospuheessa suhteessa muuhun toimittajakuntaan? Luotetaanko Journalistin sisältöön sokeasti ja uskotaan sen välittävän ainoaa oikeaa tulkintaa murroksesta? Voisiko tämä jatkuva voivottelu jopa antaa säästöjä suunnittelevalle mediatalolle lisää lyömäaseita: ”Katsokaa, medialla menee näin huonosti kaikkien mielestä, nyt on pakko säästää!” Toki murroksen aikaansaamat muutokset on osittain nähtävissä vain huonoina. Silti tuntuu, että hyvät puolet jäävät negatiivisten varjoon.

Murroksesta kirjoitettiin 62 jutun yhteydessä, ja yhteensä näitä tekstejä oli kirjoittamassa 35 eri toimittajaa. Usealta toimittajalta löytyi vain yksi tai kaksi murrosaiheista kirjoitusta, mutta jotkut nimet nousevat esiin tekstien määrässä. Joukosta erottuu kolme toimittajaa, sillä heiltä ilmestyi suhteessa enemmän kirjoituksia muihin verrattuna.

Journalistin päätoimittajalta Markku Lappalaiselta löytyi yhteensä seitsemän murrosaiheista juttua, joista suurin osa oli pääkirjoituksia. On toki luontevaa, että päätoimittaja ottaa alan ammattilehdessä kantaa murrokseen ja sen vaikutuksiin. On kuitenkin kiinnostavaa, että 5/7 Lappalaisen jutuista on negatiivisen sävyisiä ja loput kaksi positiivisia.

Seuraavaksi eniten murrostekstejä olivat kirjoittaneet Journalistin toimitussihteeri Manu Marttinen ja vapaa toimittaja Johanna Vehkoo, joka kirjoittaa kolumnia lehteen. Kummaltakin löytyi yhteensä viisi murrosaiheista tekstiä. Marttinen on vakituinen toimittaja lehdessä, joten on jälleen mielestäni järkeenkäypää, että häneltä löytyy paljon ajankohtaista murrostekstiä. Vehkoo on kärkekolmikon toimittajista ainoa, joka ei varsinaisesti kuulu Journalistin toimitukseen. Marttinen kirjoitti enimmäkseen negatiivisesti (3/5) ja loput tekstit olivat positiivisen sävyisiä. Vehkoo sen sijaan kirjoitti enimmäkseen positiivisesti (3/5) ja loput jakautuivat tasaisesti neutraaliin ja negatiiviseen tekstiin.

Tulkitsen näiden toimittajien murrosaiheisten tekstien sävyjen jakautumisen niin, että ammattilehden täytyy olla liiton jäsenten tukena vaikeina työllisyysaikoina. Niin sanotun ulkopuolisen on ehkä helpompi etsiä myös hyviä puolia murroksesta. Toisaalta murrostekstien sävyt voivat hyvin olla tiedostamattomia, eikä mitään Journalistin yleistä linjaa murrosaiheille ole. Mielestäni on kuitenkin kiinnostavaa, että suurin osa eniten äänessä olevien toimittajien teksteistä on negatiivisia.

Negatiivisen puheen määräävyys koko aineistossa johtaa kysymykseen, onko pessimistisen murrostekstien takana kyse suuremmastakin ilmiöstä? Juttuja on helpompi tehdä epäkohdista, aiheista, jotka ovat huonosti yhteiskunnassa. Pelon lietsominen vaikuttaa muutenkin olevan yleistä uutisissa: Venäjä koetaan uhkana, talouskasvu takkuilee koko läntisessä maailmassa, ilmasto on kriisissä ja journalismin kuolemalla pelotellaan. Median murroksen negatiivista puhetta voi verrata moraalipaniikkiin ja pelon kulttuuriin. Moraalipaniikki kuvastaa Tenhusen (2009) mukaan tilannetta, jossa ihmisjoukko lietsotaan pelkoon uhkana koettua ilmiötä kohtaan. Pelon kulttuuri puolestaan voi tarkoittaa toimittajien pelon lietsomista suuren yleisön keskuuteen. Journalistit saattavat työssään esimerkiksi määritellä, mikä on paheksuttavaa. Moraalipaniikki kietoutuu hyvän ja pahan taisteluun, jossa hyvän puolestapuhujat jäävät varjoon. Antamalla huomiota tietyille puolelle keskustelua, media näyttää yleisölle, mitä mallia seurata. (Tenhunen 2009, 1, 4–5, 8.) Esimerkiksi murroskeskustelussa negatiivisen puheen jatkuva voimistaminen saattaa muokata murrospuhetta ja -mielipiteitä tiettyyn suuntaan.

Ben-Yehuda ja Goode (1996) kuvailevat moraalipaniikilla olevan viisi ominaispiirrettä: ailahtelevaisuus, huoli, suhteettomuus, vihamielisyys ja yksimielisyys. Ailahtelevaisuudella (*Volatility*) tarkoitetaan moraalipaniikin räjähdysmäistä ilmestymistä ja katoamista. Useat aiheet jäävät kiertämään, eli ilmestyvät ja katoavat pinnalta aina uudelleen. Huoli (*Concern*) viittaa yhteiskunnalliseen ilmapiiriin, jossa tunnetaan huolta tiettyä ilmiötä kohtaan. Suhteettomuus (*Disproportionality*) tarkoittaa tiedotusvälineiden pelon kohteena olevan ilmiön ottamista laajaan levitykseen. Vihamielisyys (*Hostility*) ilmenee negatiivisena reaktiona uhkaksi koettua ilmiötä kohtaan. Lopuksi huomalla kuva laajasta yksimielisyydestä (*Consensus*) voidaan saavuttaa vielä laajempi tuki moraalipaniikille. Ben-Yehuda & Goode 1996, 33–41.) Journalistissa murrokseen suhtaudutaan pääosin vihamielisesti. Murros nähdään uhkana ja siitä ollaan huolissaan, ja negatiivista puhetta esiintyykin todella runsaasti positiiviseen puheeseen verrattuna. Vahvistamalla negatiivista puhetta toistuvilla murroksen huonojen puolien esittämisellä luodaan kuvaa yksimielisyydestä, ja oravanpyörä sen kuin pyörii. Toistuva negatiivinen puhe saattaa kannustaa muitakin samanlaiseen ajatteluun.

Toisaalta murros ei ole median keksimä ilmiö, vaan huoli ja mahdollinen vihamielisyys murrosta kohtaan kumpuaa jostakin todellisesta. Huoli liittyy usein hyvin perusteltuihin asioihin, kuten työn loppumisen pelkoon tai yleisemmin tuntemattoman tulevaisuuden arvuutteluun. Ben-Yehuda ja Goode (1996, 127–139) jakavat moraalipaniikin syntymisen kolmeen vaihtoehtoon, jotka eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois. Ruohonjuurimallin (*The Grassroots Model*) mukaan moraalipaniikki

saa alkunsa yleisön aidosta huolesta jotakin ajankohtaista ilmiötä tai tapahtumaa kohtaan. Vaikka esimerkiksi media lietsoisikin moraalipaniikkia, se lietsoo vain jotakin jo olemassa olevaa huolta. Eliittijohtoisessa mallissa (*The Elite-Engineered Model*) uskotaan poliittisen ja taloudellisen eliitin luovan moraalipaniikin kohteena olevia ilmiöitä. Intressiryhmäteorian (*Interest-group Theory*) mukaan moraalipaniikin lähteinä ovat hierarkian keskivaiheilta, esimerkiksi juuri toimittajat, eli eivät kansalaiset tai eliitti. Journalistin murrospuheessa aito huoli murrosta kohtaan nousee yleisöstä, eli alalla työskentelevistä toimittajista, mutta toimittajat, jotka kirjoittavat Journalistiin ovat myös moraalipaniikin lähteitä. He siis mahdollisesti jakavat ajattelumallia eteenpäin.

Murroksen käsitteen tarkemmasta avaamisesta voi olla hyötyä alan toimijoille. Kun huomataan, että muutokset alalla ovat väistämättömiä ja osa ympäristön ja yhteiskunnan kehitystä, voi olla helpompi hyväksyä nykyinenkin murros. Kaikista murroksista on selvitty – ehkä nykyisestäkin siis. Teemoittelemalla kehysten sisällön toivon selventäväni ajatuksia ja näkemyksiä murroksesta. Murroksen kehysten avaaminen voi kenties saada ammattilaiset tiedostamaan, mistä kielteiset tunteet ilmiötä kohtaan kumpuavat ja avata silmät myös kaikelle hyvälle, mitä muutos voi tuoda.

6.3 Itsekritiikki ja uusia avauksia

Kysymys tutkimuksen objektiivisuudesta on kiinnostava. Koko tutkimuksen tarkoitushan on tehdä valintoja. Valitsin minua kiinnostavan murroksen käsitteen ja aineistoksi Journalisti-lehden. Lisäksi rajasin mielivaltaisesti Journalistista tarkasteltavaksi lehdet kolmelta eri vuodelta, vaikka murrosta saatettaisiin käsitellä hyvinkin paljon myös aiemmissa numeroissa. Koko tutkimuksessa on kyse tekemistäni valinnoista. Mitä suuremmaksi olisin kasvattanut aineiston kokoa, sen luotettavampia tuloksetkin luultavasti olisivat.

Olisin voinut tarkastella Journalisti-lehtiä vielä pidemmältä aikaväliltä, esimerkiksi kymmenen vuoden ajalta. Tällöin aineistosta olisi luettavissa, kuinka murroksesta on puhuttu Journalisti-lehdessä digitaalisen murroksen aikana. Toisaalta aineisto olisi kasvanut turhankin isoksi ja vaikeaksi hallita. Uskon 50 lehden antavan aivan riittävän luotettavan kuvan kirjoittelun sävyistä.

Vaikka luin lehdet kannesta kanteen, on minulta voinut jäädä jotakin huomaamatta. Jokaisessa Journalistissa on myös muutamia ruotsinkielisiä juttuja, ja vaikka yritin tarkastella näitäkin tekstejä murroskirjoittelun varalta, on kielimuuri saattanut tulla joissain kohdin väliin. Voi siis olla, että

murrosaiheisten tekstien määrä on muutaman enemmän tai vähemmän kuin tämän tutkielman aineistoksi päätyneet 62 juttua. Silti negatiivisen murrospuheen määrä on suhteessa muihin kehyksiin sen verran suuri, että jokunen tekstinpätkä lisää tuskin olisi muuttanut tuloksia merkittävästi. Murros-termiä olen mielestäni tarkastellut perinpohjaisesti ja kehysanalyysi ohjaa Journalisti-lehden murroskirjoittelun tarkastelua, joten tutkimuksen toteutuksessa olen ollut järjestelmällinen.

Lähestyn murroksen käsitteen analysoimista laadullisesti, käsitteellis-teoreettisesti. Luonteeltaan tutkimukseni on kartoittavaa ja kuvailevaa.. Hermeneuttisesti olen pyrkinyt lisäämään omaa ja muiden ymmärrystä murroksesta ja siihen suhtautumisesta. Käsitteen tulkinnan pohjalla on oma, aiempi käsitykseni murroksesta.

Eettisesti en näe tutkimuksessani ongelmia. Olen tarkastellut aiempaa tutkimusta ja kirjallisuutta asianmukaisesti. Tutkimukseeni ei myöskään liity minkäänlaisia haastatteluja, joissa tulisi kiinnittää erityistä huomiota eettisyyteen.

Kehysanalyysiä voi käyttää ja ymmärtää monin tavoin ja olen valinnut kehyksiin ja teemoihin luokittelemisen polun. Joku muu olisi voinut lähestyä kehystämistä eri tavoin, eri näkökulmista ja voinut siten päätyä myös erilaisiin tuloksiin. Itse koen lähestymistapani minulle parhaaksi ja uskon, että tutkimustuloksistani voi olla hyötyä alan tekijöille työnsä reflektoisissa niin kuin myös oppilaitoksille opintoja suunniteltaessa.

Jatkotutkimusten kannalta tutkimuksesta nousi pari kysymystä ja uutta näkökulmaa, joita olisi kiinnostavaa tarkastella lähemmin. Mielestäni olisi tärkeää tutkia aihetta vielä tarkemmin representaation kautta. Minkälaisia vaikutuksia teksteillä voi oikeasti olla lukijoihin? Puheet heijastavat ja rakentavat todellisuutta, mutta onko niillä konkreettista vaikutusta ammattilaisiin ja heidän suhtautumiseen alaansa kohtaan?

Minua kiinnostaa myös sukupolvien ero murroksen kokemisessa ja näkemisessä. Suhtautuvatko nuoret innostuneemmin ja kenties positiivisemmin alan murrokseen, sen mahdollisuuksiin ja tulevaisuuteen? En näe Journalistiin kirjoittavien nimistä, minkä ikäisiä he ovat, vaikka toki tunnen osan heistä. Olisi kiinnostavaa tarkastella, mihin kehyksiin eri ikäluokkia edustavien kirjoitukset sujahtaisivat. Olisiko nuorilla journalisteilla enemmän intoa, koska he eivät ole nähneet, mitä ala oli ennen? Heille nykyinen murros ja mediakenttä on mitä se on. Journalismin kehittäminen voi olla heille sydämen asia ja tulevaisuudennäkymien ja ammatissa viihtymisen kannalta tärkeää.

Nuorena kuvaajana haluan uskoa alan tulevaisuuteen. Henkilökohtaisen kokemuksen perusteella myös muut nuoremman polven tekijät suhtautuvat palolla ammattiinsa ja haluavat kehittää uutta. Esimerkiksi palkittu kuvajournalisti Touko Hujanen teki marraskuussa 2014 joukkorahoitusennätyksen Mesenaatti-nimisessä Suomen ensimmäisessä yhteisörahoituspalvelussa, jossa kuka tahansa voi hakea rahoitusta uusille innovaatioilleen. Hujanen keräsi ensimmäisen päivän aikana ennätysmäärän rahoitusta journalistiselle projektilleen Uuden Maan Sanomille, 500 paperilehden painokselle, jonka hän kuvasi ja toimitti pääasiassa itse. Mesenaatti.me on myös hyvä esimerkki nykyajan vaihtoehtoisista rahoitusmahdollisuuksista. Eräs toinenkin nuorten alan ammattilaisten ryhmä kerää joukkorahoituksella avustusta projektilleen. Ryhmä on päättänyt toteuttaa kuukauden ajan pop-up-paikallislehteä nimeltään Uusi Inari. Pari tekijää kertoo motivaatiostaan Kari Kuukan kolumnissa (14/2014), joka ei enää ehtinyt osaksi aineistoani.

”Ala muuttuu joka tapauksessa johonkin suuntaan, enkä keksi, miksi en haluaisi olla tekemässä sitä muutosta. En halua vain seurata sivusta ja valittaa, kun ei ole vakituista työtä tarjolla ja yt-kierre on hirveä, vaan haluan tehdä jotain.”

”Uskon ja toivon, että hyvin tehty sisältö löytää yleisönsä. Ihmisen tarve ymmärtää maailmaa ja vaikuttaa siihen ei lopu, vaikka paperi katoaisi.”

Menestyminen on mahdollista, kuten yllä olevista esimerkeistä käy ilmi. Tekijöiltä vaaditaan kuitenkin itsensä brändäämistä, innovatiivisuutta ja uskallusta. Myös yleisö tuntuu uskovan journalismiin, kun luvassa on laatua. Vielä kun tekijätkin uskoisivat. Itse ainakin haluan.

Kolumninsa lopussa Kuukka (emt.) siteeraa vielä Steve Jobbsia, joka puhui Stanfordissa vuonna 2005:

”Kuolema on luultavasti elämän hienoin keksintö. Se siivoaa pois vanhaa ja tekee tilaa uudelle.”

Lähteet

- Ahva, Laura; Heikkilä, Heikki; Siljamäki, Jaana & Valtonen, Sanna (2012) *Kelluva kiinnostavuus. Journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa*. Tampere: Vastapaino.
- Aro, Jessika (2012) Pahalta näyttää. Ilmestynyt Journalisti 01/2012 -lehdessä. 12.10.2014
- Ben-Yehuda, Nachman & Goode, Erich (1996) *Moral Panics. The Social Construction of Deviance*. Cambridge: Blackwell Publishers.
- Entman, Robert M. (1993) *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Journal of Communication 43 (1993): 4, Autumn.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Hurmeranta, Markku (2012) *Talousmedia murroksessa. Muutosdynamiikan tarkastelua mediatalous ja median käytön näkökulmasta*. Tampereen yliopisto: Viestinnän, median ja teatterin yksikkö.
- Kalliokoski, Matti (2014) Uhka kohdistuu keskiluokkaan. Helsingin Sanomat, A4. 26.9.2014
- Karvonen, Erkki (2000) Tulkintakehys (frame) ja kehystäminen. Ilmestynyt Tiedotustutkimus 2/2000 -lehdessä, verkkoartikkeliin lisätty tekstiä. 26.5.2014
- Kivioja, Pasi (2013) Mediatat lot vaikenavat muurituotoista. Ilmestynyt Journalisti 12/2013 -lehdessä. 12.10.2014
- Lindblom, Tomi (2009) *Uuden median murros Alma Mediassa, Sanoma Osaakehtiössä ja Yleisradiossa*. Helsingin yliopisto: Viestinnän laitos. Viestinnän julkaisuja 16.
- Oikkonen, Petri (2011) *Käsiteanalyysi projektioppimisesta*. Tampereen yliopisto, pro gradu -tutkielma. (<https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/82734/gradu05227.pdf?sequence=1>)
- Salo, Merja (2000) *Imageware – kuvajournalismi mediafuusiossa*. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu B 59.
- Seppänen, Janne (2005) *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvaan tulkitsemiselle*.

Tampere: Vastapaino.

Mäenpää, Jenni & Männistö, Anssi (2009) *Kun kaikki videoivat kaikkea. Liikkuva kuva sanomalehden sivuilla*. Tampereen yliopisto: Journalismin tutkimusyksikkö. Sarja B 53.

Mäenpää, Jenni & Seppänen, Janne (2009) Lehtikuvan digitaalinen murros. Teoksessa: Väliverronen, Esa (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 50-67.

Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi (2004) *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-kirjat.

Remes, Matti (2012) Väki vähenee, tulokset paranevat. Ilmestynyt Journalisti 06/2012 -lehdessä. 14.10.2014

Seppänen, Janne & Väliverronen, Esa (2013) *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

Sievinen, Sanna (2012) Verkkomaksut eivät pelasta sanomalehtiä. Ilmestynyt Journalisti 11/2012 -lehdessä. 14.10.2014

Tenhunen, Tuukka (2009) *Paniikki, jota ei tullutkaan*. Jyväskylän yliopisto: Viestintätieteiden laitos.

Väliverronen, Esa (1996) *Ympäristöuhkan anatomia. Tiede, mediat ja metsän sairaskertomus*. Jyväskylä: Gummerrus

Väliverronen, Esa (toim.) (2009) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus

Verkkolähteet

<http://www.helsinki.fi/ajankohtaista/uutisarkisto/9-2009/24-16-21-48.html> 13.2.2014

<http://www.hs.fi/politiikka/a1384919383433> 7.2.2014

<http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/ilmoittajille/mediakortti/> 23.9.2014

<http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80> 8.12.2014

<http://www.suomisanakirja.fi/murros> 11.02.2014.

Journalistiliitto, sähköpostikeskustelu 09.10.2014

Männistö, Anssi, sähköpostikeskustelu 01.02.2014

Liite 1

Journalisti-lehtien kehyksiin sijoittuvat murrospuhetta sisältävät jutut.

Numero	Kirjoittaja	Otsikko	Sävy
2014/13		-	
2014/12	Johanna Vehkoo	Mitä Kiuru todella sanoi?	Neg.
2014/11	Nina Erho	Työpaikat ja laatu uhattuina Ylessä	Neg.
2014/10	Hanna Rusila	Uusi alku	Neutr.
2014/09		-	
2014/08		-	
2014/07		-	
2014/06	Paula Sallinen	Mediayhtiöiden vikabisnekset syynä yt-sumaan	Neg.
2014/05	Nimetön	Freelancerit pakenevat pian alalta	Neg.
2014/05	Markku Lappalainen	Tuelle oikea osoite	Pos.
2014/04	Sanna-Kaisa Hongisto	Journalismia apurahoilla	Neg.
2014/04	Manu Marttinen	Pula uutiskuvista	Neg.
2014/04	Janne Salomaa	Selvitysmies: medialle tukea ja alv-ale	Pos.
2014/03	Hanna Hyvärinen	Onko pakko ryhtyä brändiksi?	Neutr.
2014/03	Johanna Vehkoo	Ei voittoa, ei tuskaa	Pos.
2014/02	Pasi Kivioja	Valtio, tue digiä	Neg.
2014/01	Janne Salomaa	Rahat tekijöille	Neutr.
2013/15	Sanomalehti Keskisuomalaisen toimitusosasto	Keskisuomalaisen hallitukselle	Neg.
2013/15	Elina Grundström	Lehdistötuki pois pörssiyhtiöiltä	Neg.
2013/15	Johanna Pohjola	Kuvien jututtaminen	Pos.
2013/14	Karo Hämäläinen	Satumaiset sijoitukset vaivaavat mediataloja	Neg.
2013/14	Karo Hämäläinen	Synkistelijä	Neg.
2013/14	Markku Lappalainen	Hitaasti eteenpäin	Pos.
2013/13	Jaakko Kilpeläinen	Muutoksen tuulet puhaltavat nurin Nelosen uutiset	Neg.
2013/13	Markku Lappalainen	Myllerrys lasitalossa	Neg.
2013/12	Ari Lahdenmäki	Journalismin päivä valoi uskoa laatuun	Pos.
2013/11	Heta Muurinen	Journalistit nostavat kätensä kriisin edessä	Pos.
2013/11	Jaakko Kilpeläinen	Vuosi unelmaa	Pos.
2013/11	Hanna Rusila	Nopeutta ja klikkejä laadun kustannuksella	Neg.
2013/11	Ari Lahdenmäki	Uutistoimitus kärsii MTV:n	Neg.

		maksu-tv:n epäonnesta	
2013/10	Manu Marttinen	Kehitystä asian ytimen vierestä	Neg.
2013/10	Mikko Metsämäki	Konseptin vankina	Neg.
2013/10	Jaakko Kilpeläinen	Mediapomot karkaavat yrittäjiksi	Neutr.
2013/09	Pasi Kivioja	Tervetuloa toiselle puolelle	Pos.
2013/09	Niku Hooli	Kellokortin käyttäjät	Neutr.
2013/09	Manu Marttinen	Koko kansan kuvakisa	Neutr.
2013/09	Markku Lappalainen	Puoluelehtien ahdinko kasvaa	Neg.
2013/08	Johanna Vehkoo	Tuomiopäivän optimisti	Neutr.
2013/07	Elina Grundström	Iloiset veronmaksajat	Neg.
2013/07	Ari Lahdenmäki	Kulttuuria maakuntiin	Neutr.
2013/06	Jaakko Kilpeläinen	Tulevaisuuden työkalupakki	Neutr.
2013/06	Minna Kurvinen	Mitta tuli täyteen	Neg.
2013/05		-	
2013/04		-	
2013/03	Johanna Vehkoo	Journalismin kysyntä on suurempaa kuin koskaan	Pos.
2013/02	Salla Nazarenko	Euforian loppu?	Pos.
2013/01	Jens Finnäs	Median murros runtelee Ruotsin lehdistöä	Neg.
2012/22		-	
2012/21	Tuomo Björkstén	Auringonnousun alalla	Pos.
2012/21	Kari Kuukka	Uusi ammatti?	Pos.
2012/21	Manu Martikainen	Iltalehti aloitti yt:t	Neg.
2012/21	Markku Lappalainen	Riittääkö krouvimpi?	Neg.
2012/20	Manu Martikainen ja Jessika Aro	Kysely: toimituksissa voidaan kohtalaisen hyvin	Neutr.
2012/19	Panu Hietaneva	Verkkosivu opastaa valokuvaajan ammattiin	Neutr.
2012/18	Heikki Jokinen	Kustantajien uudet toiveet	Neg.
2012/18	Johanna Vehkoo	Saattohoito ja sanomalehdet	Pos.
2012/18	Janne Salomaa	Yt-flunssa levisi Lehtiyhtymään	Neg.
2012/18	Panu Hietaneva	Brittiprofessori: Lehdille julkista rahoitusta	Neg.
2012/17	Meri Valkama	Toistuvat yt:t uuvuttavat Turun Sanomien toimituksessa	Neg.
2012/16	Jarno Liski	Sadonkorjuun jälkeen	Pos.
2012/16	Jessika Aro	Apua yt-huoleen	Neg.
2012/15	Markku Lappalainen	Unelmatyön näköaloja	Neg.
2012/14		-	
2012/13		-	
2012/12		-	
2012/11	Kari Kuukka	Laadun avaimet	Neg.
2012/10		-	
2012/09		-	
2012/08	Juhani Pajunen	Tappaako tabloid laadun?	Neg.
2012/07		-	
2012/06		-	

2012/05	Outi Airaksinen	Uutinen Helsingin Sanomien siirtymisestä tabloid-formaattiin ei tullut toimitukselle yllätyksenä	Pos.
2012/04		-	
2012/03	Kari Kuukka	Sopimus – Nyt!	Neg.
2012/02	Rosa Kettumäki	Tervetuloa kouluun	Neutr.
2012/02	Meri Valkama & Markku Lappalainen	”YT:t olivat välttämättömät”	Neg.
2012/02	Mikael Jungner	Kun mies puri koiraa	Neg.
2012/01		-	